

**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ**  
**ÚSTAV MANAGEMENTU**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF MANAGEMENT

# **PROJEKT NA ZŘÍZENÍ FITNESS V NOVÉM MĚSTĚ NA MORAVĚ**

THE PROJECT FOR ESTABLISHMENT OF FITNESS CENTER IN NOVÉ MĚSTO NA MORAVĚ

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**  
AUTHOR

**KATEŘINA SÁDOVSKÁ**

**VEDOUCÍ PRÁCE**

doc. PaedDr. MARIE BLAHUTKOVÁ,  
Ph.D.

SUPERVISOR

BRNO 2014

# **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**Kateřina Sádovská**

---

Management v tělesné kultuře (6208R168)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

**Projekt na zřízení fitness v Novém Městě na Moravě**

v anglickém jazyce:

**The Project For Establishent of Fitness Center in Nové Město na Moravě**

Pokyny pro vypracování:

Úvod  
Cíle práce, metody a postupy zpracování  
Teoretická východiska práce  
Analýza současného stavu  
Vlastní návrhy řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy

---

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.

Seznam odborné literatury:

HODAŇ, B. a V. HOBZA. Financování tělesné kultury jako složky občanské společnosti. 1.

vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010. ISBN 978-80-244-2658-7

HOBZA, V. a J. REKTORÍK. Základy ekonomie sportu. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3

ČÁSLAVOVÁ, E. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009. ISBN

978-80-7376-150-9

HANZELKOVÁ, A. Business strategie: krok za krokem. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-455-1

KORÁB, V.; M. REŽŇÁKOVÁ a J. PETERKA. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer

Press, c2007. ISBN 978-80-251-1605-0

SRPOVÁ, J. a V. ŘEHOR. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti

českých podnikatelů. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5

SYNEK, M. a E. KISLINGEROVÁ. Podniková ekonomika. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H.Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3

VEBER, J. a J. SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Marie Blahutková, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

---

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA  
Ředitel ústavu

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
Děkan fakulty

V Brně, dne 03.06.2014

## **Abstrakt**

Předmětem bakalářské práce je vypracování projektu v podobě zřízení fitness centra. Projekt je zpracován na základě teoretické analýzy dokumentů, které obsahují obecnou strukturu podnikatelského plánu. Cílem práce je na základě vypracovaných analýz vnějšího okolí, sestavit vhodný návrh na realizaci projektu. Z práce vyplynula potřeba soustavně sledovat konkurenční prostředí.

## **Abstract**

The aim of the thesis is to create a project for starting a company in the form of fitness center. The project is based on the theoretical part of the thesis, which contains the general structure of a business scheme. The objective of the thesis is on the basis of made analysis of the external environment to draw up an appropriate draft for implementation of the project. The work also reveals the need for careful monitoring of competition.

## **Klíčová slova**

Podnik, podnikatelský plán, SLEPT a SWOT analýza, podnikatelská rizika, fitness centrum.

## **Key words**

Company, business plan, SLEPT and SWOT analysis, business threats, fitness center.

### **Bibliografická citace bakalářské práce**

SÁDOVSKÁ, K. *Projekt na zřízení fitness v Novém Městě na Moravě*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 73 s. Vedoucí bakalářské práce doc. PaedDr. Marie Blahutková, Ph.D.

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 30.5.2014

.....

Kateřina Sádovská

## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat mé vedoucí práce paní doc. PaedDr. Marii Blahutkové, Ph.D. za její odborné vedení, za cenné rady z praktického hlediska a za pomoc při zpracování této práce. Děkuji celé mé rodině, která mě podporovala nejen během tvorby bakalářské práce ale i v průběhu celého studia.

## **OBSAH**

<b>ÚVOD .....</b>	<b>11</b>
<b>1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ .....</b>	<b>12</b>
1.1 Cíl práce .....	12
1.2 Metody zpracování .....	12
1.2.1 Anketní šetření .....	12
1.2.2 Analýza dokumentu prostředí .....	13
<b>2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE .....</b>	<b>14</b>
2.1 Podnikání .....	14
2.1.1 Cíle podniku .....	14
2.2 Podnikatel .....	15
2.3 Podnik .....	15
2.3.1 Členění podniku .....	16
2.4 Právní formy podnikání .....	16
2.4.1 Podnikání fyzických osob .....	16
2.4.2 Podnikání právnických osob .....	17
2.5 Podnikatelský plán .....	18
2.5.1 Účel podnikatelského plánu .....	18
2.5.2 Formální požadavky .....	19
2.5.3 Struktura podnikatelského plánu .....	19
2.6 Předpoklady úspěchu začínajícího podniku .....	22
2.7 Zakladatelský rozpočet .....	23
2.7.1 Rozpočet potřeby startovního kapitálu .....	23
2.7.2 Rozpočet běžného financování .....	24
2.7.3 Úvěrování subjektů tělesné kultury .....	24
2.8 Analýza vnějšího a vnitřního prostředí .....	25
2.8.1 SLEPT analýza .....	25
2.8.2 Porterův model konkurenčních sil .....	26
2.8.3 SWOT analýza .....	27
2.9 Fitness centrum .....	28
<b>3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU .....</b>	<b>29</b>
3.1 Vyhodnocení anketního šetření .....	29



<b>3.2</b>	<b>Charakteristika okolí.....</b>	<b>35</b>
3.2.1	Analýza vlivu makrookolí .....	35
3.2.2	Analýza konkurenčního prostředí .....	36
<b>4</b>	<b>VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ.....</b>	<b>42</b>
<b>4.1</b>	<b>Shrnutí projektu .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2</b>	<b>Založení podniku .....</b>	<b>42</b>
<b>4.3</b>	<b>Lokalita .....</b>	<b>43</b>
<b>4.4</b>	<b>Základní údaje o společnosti .....</b>	<b>44</b>
<b>4.5</b>	<b>Reklama .....</b>	<b>44</b>
<b>4.6</b>	<b>Provozovna.....</b>	<b>45</b>
4.6.1	Pronájem nebytových prostor pro fitness centrum .....	45
4.6.2	Stavební úpravy .....	46
4.6.3	Popis a vybavení místností .....	46
<b>4.7</b>	<b>Zřizovací náklady .....</b>	<b>51</b>
<b>4.8</b>	<b>Zajištění financí .....</b>	<b>51</b>
<b>4.9</b>	<b>Provozní doba a ceník.....</b>	<b>52</b>
4.9.1	Provozní doba .....	52
4.9.2	Ceník .....	52
<b>4.10</b>	<b>Lekce ve fitness .....</b>	<b>53</b>
4.10.1	Popis služeb .....	53
4.10.2	Rozvrh lekcí.....	55
4.10.3	Kapacita.....	56
<b>4.11</b>	<b>Organizační struktura .....</b>	<b>57</b>
4.11.1	Rozvržení pracovního dne na směny .....	58
4.11.2	Zaměstnanci a jejich ohodnocení .....	58
4.11.3	Měsíční náklady za zaměstnance .....	60
<b>4.12</b>	<b>Marketingový plán.....</b>	<b>60</b>
4.12.1	Marketingový mix.....	61
4.12.2	SWOT analýza .....	62
<b>4.13</b>	<b>Náklady a příjmy .....</b>	<b>63</b>
4.13.1	Měsíční náklady .....	63
4.13.2	Předpokládané měsíční příjmy.....	64

<b>4.14</b>	<b>Návratnost investice.....</b>	<b>64</b>
	<b>DISKUZE .....</b>	<b>66</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>67</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>68</b>
	<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>71</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>72</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>73</b>

## ÚVOD

V dnešní uspěchané a moderní době je navštěvování fitness více než běžné. Lidé dbají o své zdraví a udržují si své tělo v kondici. Vyhledávají stále nové sportovní možnosti, ať už v odvětví fitness nebo v jiných oblastech sportu. Zákazníci mají větší nároky v poradenství v oblasti výživy, ale často také vyžadují osobního trenéra.

Bakalářská práce se zabývá možností založení fitness centra. Každý z nás ví, že začátek podnikání přináší velika úskalí a rizika. V tomto oboru je ve světě značná konkurence, a proto není lehké v podmínkách tržní ekonomiky uspět. Základním předpokladem pro podnikání je dobrá podnikatelská myšlenka a stanovení cílů, kterých chce podnikatel dosáhnout. Před začátkem každého podnikání by si podnikatel měl ověřit konkurenční prostředí a sestavit kvalitní podnikatelský plán.

Podnikatelský plán pomáhá podnikateli najít smysl a zaměření podnikání. Jinými slovy je to rozhodování o budoucnosti. Obsahem podnikatelského plánu je určování cílů společnosti, potřebných prostředků a způsobů dosažení cílů. Posláním plánu je zajistit financování podniku a průběžně kontrolovat realizaci a koordinaci jednotlivých činností.

Práce se skládá ze tří částí. První část je zaměřena na teoretické poznatky potřebné k vysvětlení základních pojmů související s danou problematikou. Definuji zde pojem podnikatelský plán, jeho strukturu a potřebné náležitosti. Dále je zde řeč o podnikání a právních formách a v neposlední řadě jsou rozebrány analýzy rizik začínajícího podniku.

Druhá část se věnuje analýze současného stavu. Hlavním cílem společnosti bude vstoupit na trh v menším městě v Novém Městě na Moravě, kde dosud neexistuje konkurence srovnatelná se zamýšleným projektem. V této části vypracuji vnitřní a vnější analýzy prostředí, jimiž jsou SLEPT a SWOT analýza a také analýza konkurenčního prostředí.

Na základě získaných informací bude zpracována třetí část, která se věnuje vytvoření projektu pro zahájení konkrétní činnosti. Jedná se o plán pro výstavbu a provoz fitness centra, který zároveň zahrnuje návrh na založení společnosti. V této části budou také uvedena rizika, která mohou ovlivnit vznik a průběh projektu.

# **1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ**

V této části budou vymezeny cíle, metody a přínosy bakalářské práce.

## **1.1 Cíl práce**

Cílem bakalářské práce je sestavit vhodný návrh na realizaci projektu na založení fitness centra ve vybrané lokalitě. Pro úspěšné podnikání musíme nejprve sestavit analýzu vnějšího prostředí. V tomto případě bude vypracována SLEPT analýza a analýza konkurenčního prostředí. Dále provedeme anketní šetření u náhodně vybraného souboru občanů města a vyhodnotíme získané výsledky. Na základě teoretické analýzy a výsledků anketního šetření bude vypracován návrh, který bude obsahovat marketingový a finanční plán, předpokládané výdaje projektu a možná rizika, která mohou nastat.

Tato práce bude sloužit jako podklad pro teoretické poznatky související se zpracováním projektu. Mohla by být i návrhem pro podnikatele v případě realizace projektu. Ke splnění cíle práce jsme si stanovili výzkumnou otázku:

**Jak lze zkvalitnit nabídku sportovních služeb v Novém Městě na Moravě?**

## **1.2 Metody zpracování**

Pro zpracování této bakalářské práce jsme použili tyto metody:

- Anketní šetření
- Analýza dokumentu prostředí

V rámci této práce je hlavním prostředkem pro získávání dat sám výzkumník. Musí popsat svůj vztah k oblasti výzkumu a kvalitně zanalyzovat konkurenční prostředí. V terénu mu při sběru pomohl rozhovor se sportovci místního lyžařského oddílu.

### **1.2.1 Anketní šetření**

Anketní šetření probíhalo v místě realizace projektu. Toto šetření bylo uskutečněno na základě otázek, které jsem sestavila pro potřeby mého podnikatelského plánu (příloha 1). Otázky jsem pro dané prostředí sestavila tak, aby mi pomohly v konečném projektu. Otázkami do ankety jsem chtěla zjistit fyzickou vybavenost tázaných, jejich spokojenost se současnou nabídkou a nakonec jakým službám by dali

přednost v novém fitness centru. Zajímalo nás také věkové rozmezí oslovených. Cílem ankety bylo zjistit, jaké služby by mělo fitness budoucím zákazníkům poskytovat. Po vyhodnocení ankety budeme znát potřebné a více žádané služby zákazníků. Náhodným výběrem jsem oslovila 150 občanů Nového Města na Moravě.

### **1.2.2 Analýza dokumentu prostředí**

Popisuje strategie analýzy, popřípadě použité metody rozhovorů a vlastních poznámek, které dovolí nahlížet na data z jiného úhlu pohledu. Je nutné uvažovat i s ověřenými zdroji dat (Hendl, 2008).

## 2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

Tato část práce se zabývá vysvětlením teoretických poznatků, které souvisí s vypracováním podnikatelského plánu a založením společnosti.

### 2.1 Podnikání

*„Podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku“ (Zákon č. 513/1991 Sb., s. 7).*

Pro správné pochopení této definice je třeba doplnit vysvětlení dílčích pojmů (Srpková, Řehoř, 2010):

- **soustavnost** – činnost musí být prováděna opakovaně a pravidelně, ne příležitostně;
- **samostatnost** – pokud je podnikatelem fyzická osoba, jedná osobně; pokud právnická osoba, tak jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu;
- **vlastní jméno** – podnikatel jako fyzická osoba provádí právní úkony pod svým jménem a příjmením, právnická osoba pod svým názvem tedy obchodní firmou;
- **vlastní odpovědnost** – podnikatel, ať už jako fyzická nebo právnická osoba, nese všechna rizika zapříčiněná svým jednáním;
- **dosažení zisku** – podnikání by mělo být vykonáváno s úmyslem dosažení zisku, ne vždy ho však docílí.

#### 2.1.1 Cíle podniku

Cíle podniku jsou očekávané budoucí výsledky. Jejich formulace se odvíjí od poslání a vize podniku. Cíle představují konečný stav, ke kterému by měly všechny plánovací aktivity směřovat (Synek, Kislingerová a kol., 2010).

Rozhodnutí o začátku podnikání, tedy o založení firmy může mít různé důvody. Existuje proto mnoho důvodů, proč lidé přemýšlejí o založení vlastního podniku. Touží po osobní nezávislosti, příležitosti dělat to, co člověka baví a podobně. A pokud chce podnikatel těchto cílů dosáhnout, musí se promítnout do cílů podnikatelské činnosti. Hlavní cíl pro podnikatele je dosažení zisku a zvýšení hodnoty podniku. Cesty ke

splnění tohoto cíle mohou být odlišné a závisí na objektivních a subjektivních faktorech (Srpová, Řehoř, 2010):

- snižování nákladů;
- využívání moderních technologií a špičkové techniky;
- zvyšování cen v závislosti na makroekonomických vlivech;
- zlepšení organizace práce;
- konkurenční boj.

## 2.2 Podnikatel

*„Podnikatelem je (Zákon č. 513/1991 Sb., s. 8):*

- *osoba zapsaná v obchodním rejstříku;*
- *osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění;*
- *osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů;*
- *osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.“*

Jádrem podnikání je podnikavost a úspěch. Podnikavost můžeme chápat jako schopnost, umění a motivaci nacházet, vytvářet a využívat příležitosti pro zabezpečení prosperity podnikatelského subjektu. Úspěch lze chápat jako očekávání dosažení předem naplánovaného cíle. Jedním z dalších významných faktorů podnikání je motivace. Motivy jsou podněty lidského chování. Motivy jsou vyvolávány potřebami, které jsou příčinou lidského chování. Základem úspěchu je vůle zvítězit tedy dosáhnout předem vytyčeného cíle (Srpová, Řehoř, 2010).

## 2.3 Podnik

*„Podnik je definován jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit“ (Zákon č. 513/1991 Sb., s. 8).*

### 2.3.1 Členění podniku

Podniky dělíme podle charakteru vlastnictví a právní formy na státní podniky, obchodní společnosti, družstva a živnosti. Další členění závisí na velikosti podniku. Hlavní kritéria tohoto členění jsou velikost kapitálu, zisku, obrátu a počet zaměstnanců. V České republice podle tohoto rozdělení dělíme podniky na malé, střední a velké (Srpková, Řehoř, 2010).

## 2.4 Právní formy podnikání

Ještě před tím, než zahájíme podnikatelskou činnost, je nutné se rozhodnout, jaký typ právní formy podnikání je pro danou činnost vhodný.

Obchodní zákoník připouští následující právní formy podnikání:

- podnikání fyzických osob;
- podnikání právnických osob.

### 2.4.1 Podnikání fyzických osob

Fyzickou osobou se rozumí jako samostatné podnikání jednotlivců pod jejich vlastním jménem a na vlastní odpovědnost. „*Podnikatelem je* (Veber, Srpková a kol., 2012, s. 69):

- *osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění, tj. vlastníci živnostenské oprávnění nebo koncesí;*
- *osoba zapsaná v obchodním rejstříku;*
- *osoba podnikající na základě jiného oprávnění podle zvláštního předpisu*
- *osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence dle zvláštního předpisu.“*

K provozování podnikatelské činnosti je nezbytné získat živnostenské nebo jiné oprávnění. Podmínky pro živnostenské oprávnění jsou:

- minimální věk 18 let;
- způsobilost k právním úkonům;
- bezúhonnost.



#### 2.4.2 Podnikání právnických osob

„Obchodní zákoník definuje následující právnické osoby (Veber, Srpová a kol., 2012, s. 69):

- *osobní společnosti;*
- *kapitálové společnosti;*
- *družstva.*“

U **osobní společnosti** je nezbytné, aby se podnikatel osobně podílel na řízení společnosti a zpravidla neomezeném ručení společníků za závazky společnosti. Osobní společnosti jsou (Wupperfeld, 2003):

- veřejná obchodní společnost;
- komanditní společnost.

U **kapitálových společností** mají zakladatelé (společníci) povinnost vložit počáteční kapitál. Jejich ručení za závazky společnosti může být omezené nebo žádné. Patří sem (Wupperfeld, 2003):

- společnost s ručením omezeným;
- akciová společnost.

„**Družstvo** je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů“ (Zákon č. 513/1991 Sb., s. 83).

Společnost s ručením omezeným, dále jen s.r.o., je nejrozšířenější formou podnikání právnických osob. Základní kapitál je tvořen vklady společníků. Společníci ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku. Pokud společnost poruší závazky, odpovídá za ně celým svým majetkem. Tato společnost může být založena libovolným počtem společníků. Minimální výše vkladu je 1 Kč, neurčí-li společenská smlouva vklad vyšší. Každá společnost musí vytvářet svůj rezervní fond. Nezbytná je společenská smlouva, která je základním dokumentem společnosti. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem jsou jednatele ([www.zakony.centrum.cz/obchodni-zakonik](http://www.zakony.centrum.cz/obchodni-zakonik)).

### **Výhody s.r.o.:**

- Omezené ručení společníků;
- Do společnosti můžeme vložit i nepeněžitý vklad;
- Zákaz konkurence, který platí jen pro jednatele;
- Vyplacené podíly na zisku společníkům, jakožto fyzickým osobám, nepodléhají pojistnému sociálnímu pojištění, ale jsou zdaněny srážkovou daní.

### **Nevýhody s.r.o.:**

- Administrativně obtížnější založení a chod společnosti;
- Zisk společnosti je zdaněn z daní příjmu právnických osob.

## **2.5 Podnikatelský plán**

*„Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnitřní i vnější faktory související se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy“ (Veber, Srpová a kol., 2012, s. 95).*

Tento plán má realizovat záměry podnikatele do budoucna. Vyžaduje odvahu, investici a flexibilitu. Podnikatelský plán umožňuje porovnat podnikatelské plány s realitou, popřípadě identifikovat proč a v jaké míře se liší. Podnikatelský plán pomáhá plánovat výdaje, a zároveň v konečném výsledku získat lepší podmínky od dodavatelů. Rozpracovává také představy o účelu podnikání, zdrojích a očekávaných výsledcích (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

### **2.5.1 Účel podnikatelského plánu**

Podnikatelský plán má sloužit jak k interním, tak k externím účelům.

K interním účelům slouží podnikatelský plán jako nástroj plánování a kontroly, a také jako podklad pro rozhodovací proces. Uvnitř firmy se používá zejména pro zakládání firmy nebo z důvodu výrazných změn chodu podniku. Pomocí podnikatelského plánu může podnikatel zavčas odhalit případná rizika v uvažovaných záměrech (Veber, Srpová a kol., 2012).

Externí subjekty na základě podnikatelského plánu rozebírají schopnost firmy realizovat náročnější investice a připravenost ucházet se o finanční podporu. Je třeba

přesvědčit investory a poskytovatele kapitálu o výhodnosti a nadějnosti našeho projektu, na který kapitál požadujeme (Veber, Srpová a kol., 2012).

### 2.5.2 Formální požadavky

Abychom vytvořili kvalitní podnikatelský plán, musíme respektovat obecně platné zásady. Tyto zásady nám ukáží směr, jakým podnikatelský plán formulovat a zvýšit tak hodnocení mimo podnik (Srpová, Řehoř a kol., 2010).

**Obecné zásady při sestavování podnikatelského plánu jsou:**

- **Inovativní** – přesvědčit zákazníka o tom, že daný výrobek nebo služba uspokojí jeho potřeby lépe než konkurence.
- **Srozumitelný a stručný** – rozsah podnikatelského plánu by neměl být delší než 50 stran, při sestavování podnikatelského plánu bychom se měli vyjadřovat jednoduše a myšlenky i závěry by měly být stručné.
- **Logický a přehledný** – informace v podnikatelském záměru by měly být podloženy fakty a musí na sebe logicky navazovat. Aby byl záměr přehledný, doplníme ho o tabulky a grafy.
- **Pravdivý a reálný** – u podnikatelského plánu je samozřejmé uvádět všechny informace pravdivě a reálně.
- **Respektující rizika** – v podnikatelském záměru by nemělo chybět vymezení rizik. Pokud se s riziky počítá už od začátku, je možné tato rizika identifikovat a návrh opatření na jejich vyloučení zvyšuje důvěryhodnost záměru.

### 2.5.3 Struktura podnikatelského plánu

Pro vytvoření podnikatelského plánu lze použít mnoho doporučených struktur, ale v podstatě neexistuje pevně daný předpis, co má podnikatelský plán obsahovat a jak má být upraven. I přesto by měl vždy obsahovat pevně dané náležitosti. Obsah podnikatelského plánu je pro každý podnik zcela individuální záležitostí, avšak některé podmínky by měly zůstat zachovány, ať už je vypracován pro jakýkoliv podnik či skupinu uživatelů (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Podnikatelský plán se skládá z následujících základních částí: titulní strana, shrnutí, analýza trhu, popis podniku, marketingový plán, hodnocení rizik, finanční plán a přílohy.

## **Titulní strana**

Titulní strana nám podává stručné informace o obsahu podnikatelského plánu. Měly by zde být uvedeny následující údaje: název a sídlo společnosti, jméno podnikatele a kontakt (telefon, e-mail), poté popis podniku a povaha podnikání nebo způsob financování a jeho struktura (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

## **Shrnutí**

Tato kapitola je v podstatě stručný souhrn nejdůležitějších hledisek podnikatelského plánu. Záměrem shrnutí je podat přesvědčivý obraz o cílech firmy, cestách k jejich dosažení, potřebné výši kapitálu a míře jeho zhodnocení. Cílem shrnutí je ve čtenáři zbudit zvědavost a zájem přečíst celý dokument až do konce a zabývat se podrobnostmi (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Shrnutí by mělo obsahovat tyto body (Wupperfeld, 2003):

- předmět podnikání;
- faktory úspěchu;
- cíle podniku;
- cíle ekonomické a potřeba kapitálu.

## **Analýza trhu**

Do této části patří především analýza konkurenčního prostředí včetně jejich silných a slabých stránek. Tito konkurenti mohou negativně ovlivnit tržní úspěch podniku. Dále se zde zabýváme analýzou zákazníků na základě provedení segmentace trhu. V této kapitole nesmí chybět přírodní faktory, politická situace a legislativní podmínky (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Téměř každý podnikatelský subjekt má své konkurenty na trhu. Je důležité zkoumat jen tu konkurenci, která vůči nám stojí v podobném konkurenčním vztahu. Je-li tedy v našem podnikatelském okolí konkurence slabá, tak naše podnikatelské vyhlídky mají větší naději na úspěch (Veber, Srpová a kol., 2012).

## **Popis podniku**

V úvodní části podnikatelského plánu uvedeme minimalizovaný popis podniku. Měly by zde být uvedeny tyto náležitosti: datum založení, sídlo firmy, majitelé, prezentace hlavního produktu i motivace k založení podniku. Potenciální investor by měl být informován, čím se bude podnik zabývat a jak chce podnik působit na trhu.

Tato část by měla obsahovat pouze fakta, která by měla být založena na ověřených údajích (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Dále zde můžeme zmínit poslání firmy a o jakou pozici na trhu firma usiluje. S touto budoucí strategií by se měly seznámit zainteresované osoby ve firmě. Strategie firmy určuje, jak dosáhneme stanovených dlouhodobých cílů. Cíle by měly být specifické, měřitelné, ambiciózní, reálné a termínované (Veber, Srpová a kol., 2012).

### **Marketingový plán**

Zde objasníme, jak budou výrobky nebo služby distribuovány, ohodnocovány a propagovány. Také jsou zde nastíněny přibližné odhady produkce nebo služeb. Z těchto parametrů můžeme zhotovit odhad rentability podniku. Investor klade na marketingový plán velký důraz a považuje ho za nedílnou součást úspěchu podniku (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Marketingový plán se nemůže obejít bez marketingového mixu.

**Marketingový mix** je základní strategií marketingu. Tvoří nástroje, které se navzájem kombinují, koordinují a nasazují. Obsahuje tyto náležitosti: produkt (product), cena (price), místo (place), propagace (promotion), nebo-li 4P (Čáslavová, 2009).

**Produkt** je jedna z nejdůležitějších částí marketingového mixu. Můžeme ho definovat jako celkovou nabídku zákazníkovi. Zákazník hledá užitnou hodnotu vzhledem ke svým požadavkům a potřebám (Čáslavová, 2009).

**Cena** jistým způsobem ovlivňuje zákazníka při nákupu. U části produktů se můžeme opřít o ekonomické kalkulace. Cena produktů nebo služeb je ovlivněna poptávkou a nabídkou na trhu. Do ceny produktu se promítají i náklady na distribuci a propagaci. Příliš vysoká, ale i nízká cena může zákazníka odradit od koupi produktu nebo služeb (Čáslavová, 2009).

**Místo** uvádí, kde a jak se bude produkt prodávat, včetně distribučních cest, dostupnosti distribuční sítě, prodejního sortimentu, zásobování a dopravy (Čáslavová, 2009).

**Propagace** je přesvědčivá komunikace, která se realizuje za účelem prodeje produktu zákazníkům. Propagace v sobě zahrnuje činnosti, které se nazývají propagační mix. Patří sem reklama, publicita, osobní prodej a opatření na podporu prodeje. Propagační strategie se musí odvíjet od základních cílů kladených managementem, cílových skupin zákazníků, výběru médií a finančních prostředků (Čáslavová, 2009).

## **Hodnocení rizik**

Je potřeba zmínit největší rizika, která můžou od konkurence nastat. Rizika mohou vyplynout ze slabých stránek marketingu, technologického vývoje či manažerského týmu. Všechna tato rizika je potřeba analyzovat a připravit konkurenci schopnou strategii pro jejich předejití. Pokud tyto kroky uvidí investor, je přesvědčen, že můžeme takovým případům čelit (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

## **Finanční plán**

Finanční plán je nedílnou součástí podnikatelského plánu. Ukazuje nám objemy investic a poukazuje na to, jak je podnikatelský plán ekonomicky života schopný. Zde jsou nejdůležitější tyto tři oblasti (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007):

- Příjmy a výdaje s výhledem na tři roky, ve kterých jsou zahrnuty očekávané tržby a kalkulované náklady.
- Vývoj hotovostních toků (cash-flow) v příštích třech letech.
- Bilance, která nám poukazuje na informace o finanční stránce podniku ke konkrétnímu datu.

## **Přílohy**

V přílohách mohou být uvedeny např. tyto informativní materiály: výpisy z obchodního rejstříku, fotografie, technologické postupy při výrobě, propagační akce, reference významných obchodníků, výkaz zisku a ztráty, rozvaha peněžních toků atd. (Fotr, Souček, 2005).

## **2.6 Předpoklady úspěchu začínajícího podniku**

Každý rok na našem trhu vzniká velké množství podniků různého zaměření a různé právní formy. Naopak každoročně spousta firem zaniká. Abychom předešli zániku i v našem případě měli bychom zohlednit následující kroky a opatření (Srpová, Řehoř a kol., 2010):

- motivace a odhodlání podnikat;
- předpoklady pro podnikání;
- najít podnikatelský nápad a zvolit vhodnou právní formu podnikání;
- zhotovit zakladatelský rozpočet;
- vypracovat podnikatelský plán.

## 2.7 Zakladatelský rozpočet

Základní úlohou zakladatelského rozpočtu je specifikovat a kvalifikovat finanční prostředky potřebné k zahájení podnikání. Podnikatelskou činnost rozdělujeme do několika stádií – založení firmy, zahájení podnikatelské činnosti, stabilizace podnikatelské činnosti (Veber, Srpová a kol., 2012).

### 2.7.1 Rozpočet potřeby startovního kapitálu

Start podnikání má mnoho rizik. Jedním z nich je to, že náklady převyšují výnosy. Při počátku podnikání jsou ztráty obvyklou záležitostí. Ztráty je nezbytné sledovat a financovat. Rizika můžeme minimalizovat především přesným odhadem potřeb finančních prostředků a zajištěním potřebné výše zdrojů financování. Propočty lze rozdělit do čtyř skupin (Veber, Srpová a kol., 2012):

- **Finanční prostředky nutné k založení firmy** (složení základního kapitálu, poplatky za vydání živnostenských listů, ověření listin aj.);
- **Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku** (nákup pozemků, budov a zařízení);
- **Finanční prostředky potřebné na nákup zásob** (materiál, suroviny, komponenty aj.);
- **Finanční prostředky určené na zahájení podnikatelské činnosti** (náklady na mzdu zaměstnancům, náklady na vodu, energii, telefon aj.).

K zahájení podnikatelské činnosti můžeme použít vlastní zdroje financování tj. vklady podnikatelů nebo společníků, a cizí zdroje, zejména bankovní úvěry, půjčky nebo leasingy. Z hlediska času mohou mít zdroje financování tyto dva charaktery, dlouhodobé - splatnost delší než jeden rok nebo krátkodobé - splatnost do jednoho roku (Veber, Srpová a kol., 2012).

Po zjištění následujících faktorů jako jsou potřeby finančních prostředků na založení firmy, zahájení podnikatelské činnosti a zjištění zdrojů financování sestavíme zahajovací rozvahu. Levá strana nám ukazuje strukturu majetku (aktiva), kterou budeme mít k dispozici ke dni zahájení podnikání (tab. 1). Na pravé straně rozvaha zobrazuje strukturu zdrojů (pasiva), ze kterých bude majetek financován. V každé rozvaze musí

platit bilanční rovnice, což znamená, že aktiva se musí rovnat pasivům. Obecnou verzi zahajovací rozvahy uvádí následující tabulka (Veber, Srpová a kol., 2012).

**Tabulka č. 1: Zahajovací rozvaha**

<b>Aktiva</b>	<b>Pasiva</b>
<b>Dlouhodobý majetek</b>	<b>Vlastní kapitál</b>
nehmotný dlouhodobý majetek	Základní kapitál
Hmotný dlouhodobý majetek	
<b>Oběžný majetek</b>	<b>Cizí zdroje</b>
Zásoby	Závazky
Peníze	Bankovní úvěry
Účty v bankách	Půjčky
<b>Celkem</b>	<b>Celkem</b>

(Zdroj: Veber, Srpová a kol., 2012, s. 95)

### 2.7.2 Rozpočet běžného financování

Je nutné si naplánovat předpokládané výnosy, náklady a hospodářský výsledek v několika měsících a letech podnikatelské činnosti. Z čehož zjistíme, jestli bude podnik schopen dosáhnout zisku a jaká bude jeho výše v jednotlivých letech. Poté zjistíme, zda vůbec a za jak dlouho splatíme cizí zdroje a kdy máme očekávat návrat vlastních zdrojů vložených do podnikání (Veber, Srpová a kol., 2012).

### 2.7.3 Úvěrování subjektů tělesné kultury

Ekonomika sportu a jeho financování rozšiřuje pohled na sport ze zásad tržní ekonomiky a ze zorného úhlu trhu. V minulosti bylo hodně zdrojů získáváno prostřednictvím dotací ze státního nebo místních rozpočtů. Situace se však velmi změnila, změna nastala v ekonomickém prostředí a v příjmech ve sportu a významnou roli hrají výdaje domácností. Tento tržní aspekt má značný vliv na financování tělesné kultury. V tomto směru je třeba rozvíjet sportovní management a marketing a hledat ekonomické směry podpory sportu (Hobza, Rektořík a kol., 2006).

Pro rozvoj volnočasových zařízení chybí zdroje financování. Můžeme je získat bankovními úvěry přímo sportovními organizacemi. Sportovní manažer musí respektovat aspekty banky, přijmout její kritéria a pravidla. Za všech těchto předpokladů by manažer mohl být úspěšný v získání potřebných finančních zdrojů –



úvěrů u banky. Důležitou součástí podkladů předkládaných bance jsou poskytnuté záruky ze strany podnikatele. Banka je důležitá složka podnikání. Rozhodování o financování podniku s sebou nese velké riziko, které ještě více záleží na době půjčky. Žadatel o úvěr musí bance předložit detailní, úplné a prokazatelné materiály (Hobza, Rektořík a kol., 2006).

## **2.8 Analýza vnějšího a vnitřního prostředí**

Příprava každého podnikatelského plánu musí být podložena výstupy analýzy. Abychom mohli strukturovaněji provést analýzy, odlišíme je na analýzy vnitřních a vnějších podmínek. Zároveň můžeme využít některých běžně používaných analytických nástrojů (SWOT analýza, SLEPT analýza, Porterův model konkurenčních sil). Tímto je možné snížit riziko opomenutí podstatných faktorů vytvářeného plánu (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

### **2.8.1 SLEPT analýza**

Smyslem této analýzy je obecně identifikovat vnější faktory působící na organizaci, které mohou ovlivnit organizaci při rozhodování o strategii. Metodou SLEPT analyzujeme faktory, které jsou především výsledky potenciálních příležitostí a hrozeb. Analýza by měla zahrnovat (Grasseová a kol., 2010):

- Sociální faktory – zabývají se především strukturou a vývojem obyvatelstva (velikost populace, věková struktura, geografické rozložení, pracovní preference apod.), dále je chápeme jako makroekonomické charakteristiky trhu práce (např. míra nezaměstnanosti) a sociálně-kulturní aspekty jako je životní úroveň.
- Legislativní faktory – do toho hlediska spadají zákony a jejich použitelnost, práce soudů včetně rejstříkových soudů aj.
- Ekonomické faktory – zahrnují zejména makroekonomické hospodářské ukazatele (míra inflace, výše hrubého domácího produktu, měnová stabilita apod.), dále pak přístup k finančním zdrojům, přímé a nepřímé daně a státní podpora.
- Politické faktory – politická oblast formuluje existující a potenciální působení politických vlivů, vyjadřuje stabilitu poměrů, postoje k podnikání a politické trendy.

- Technologické faktory – jedná se o dopady nových a vyspělých technologií. Pro podnikání jsou klíčovým faktorem, zahrnují zejména vývoj internetu, podpůrné technologie, aplikace a jejich dostupnost atd.

### **2.8.2 Porterův model konkurenčních sil**

Tento model patří k nejvýznamnějším nástrojům pro analýzu konkurenčního prostředí firmy a jejího strategického řízení. Porterův model zkoumá, jak potenciální tak reálně existující konkurenty daného podniku. S tímto modelem lze pracovat a zkoumat možné chování a síly konkurenčních subjektů. Je třeba vymezit v pěti následujících oblastech hrozby a dále možný vznik budoucí konkurence daného podniku (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Porterův model spadá mezi často používané nástroje analýzy mikrookolí podniku. Ziskovost odvětví, které ovlivňují ceny, náklady a potřebné investice závisí na následujících pěti dynamických faktorech (Grasseová a kol., 2010):

- Silná rivalita – v ekonomickém prostředí působí velké množství silných konkurentů. Konkurenční výhoda podniku nastává, když je podnik schopen dodávat poměrně stejně kvalitní výrobek nebo službu jako konkurence s nižšími náklady. Ve snaze dosáhnout co nejvyššího podílu na trhu, firmy používají nástrojů jako: cenové války, technologické inovace a poskytování lepších zákaznických služeb.
- Nová konkurence – tedy potenciální konkurenti, kteří hodlají vstoupit na trh. Ohrožení těchto konkurentů závisí na vstupních bariérách do konkrétního odvětví. Mezi tyto bariéry patří následující faktory: kapitálová náročnost vstupu, přístup k distribučním kanálům, očekávaná reakce zavedených firem, diferenciací výrobků, legislativa a vládní zásahy.
- Substituční produkty – jsou myšleny jako produkty z jiného průmyslového odvětví, které mohou dané produkty nahradit. Produkty jsou postaveny na jiné technologii, ale se stejnou funkcí. Substituty vymezují potenciální ceny a zisk na trhu.
- Odběratelé – na trhu výrobků a služeb nesmíme opomíjet jejich různorodost. Jednotliví odběratelé se odlišují svými potřebami, požadovanou kvalitou výrobků či služeb, svojí velikostí a potenciálem růstu.

- Dodavatelé – dodavatelské firmy mohou zvyšovat nebo snižovat jakost a počet dodávek. Dodavatelská síla roste s jejich výskytem na trhu. Jediná obrana proti hrozbě, že do námi dodávaných obchodů začne dodávat jiný dodavatel, je pečlivé budování vztahů s dodavateli.

### 2.8.3 SWOT analýza

SWOT analýza by měla být nedílnou součástí podnikatelského plánu při zrodu firmy (obr. 1). Tato strategická analýza určuje stav firmy z hlediska silných stránek (Strengths), slabých stránek (Weaknesses), příležitostí (Opportunities) a hrozeb (Threats). Analýza je rozbor i hodnocení současného stavu podniku - vnitřní prostředí a současné situace okolí - vnější prostředí (Grasseová a kol., 2010).

SWOT-analýza		Interní analýza	
		Silné stránky	Slabé stránky
Externí analýza	Příležitosti	<i>S-O-Strategie:</i> Vývoj nových metod, které jsou vhodné pro rozvoj silných stránek společnosti (projektu).	<i>W-O-Strategie:</i> Odstranění slabin pro vznik nových příležitostí.
	Hrozby	<i>S-T-Strategie:</i> Použití silných stránek pro zamezení hrozeb.	<i>W-T-Strategie:</i> Vývoj strategií, díky nimž je možné omezit hrozby, ohrožující naše slabé stránky.

Obrázek č. 1: SWOT analýza

(Zdroj: [www.podnikatel.cz/clanky/neuvazeny-vstup-na-trh-muze-podnikateli-srazit-vaz](http://www.podnikatel.cz/clanky/neuvazeny-vstup-na-trh-muze-podnikateli-srazit-vaz))

Analýza vnitřního prostředí identifikuje a hodnotí silné a slabé stránky podniku. Interní faktory můžeme samy ovlivnit a jsou námi kontrolované - například personál, manažerské schopnosti a naše produkty (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

Analýza vnějšího prostředí určuje především existenci hrozeb a příležitostí, které samy nemůžeme ovlivnit, ale můžeme na ně reagovat – například situace na trhu práce, silná či slabá konkurence nebo daňová politika státu (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

## **2.9 Fitness centrum**

Fitness centrum označuje prostor pro konání pohybových aktivit sloužících pro osobní potřeby. Tyto aktivity mají za cíl celkovou zdatnost a všeobecnou tělesnou kondici, zlepšení držení těla, rozvoj svalové síly a dalších pohybových schopností. Fitness se dělí na kardio zónu, která posilovnu doplňuje o aktivity aerobního charakteru, kde se používají různé trenažery. Dále na posilovací zónu, kde se kromě tradičních činek používají i speciální posilovací stroje. Cvičící také používají různé doplňky výživy a dodržují dietní režim. Fitness centra poskytují ještě další služby, kterými jsou poradenské činnosti, tréninkové plány, prodej doplňků, masáže a jiné (Stackeová, 2008).

### **3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU**

V této části bakalářské práce je zpracována analýza současného stavu. K tomu abychom mohli analýzu vypracovat, jsme použili dotazníkové šetření, dokumenty z Českého statistického úřadu a navštívila jsem své potenciální konkurenty.

#### **3.1 Vyhodnocení anketního šetření**

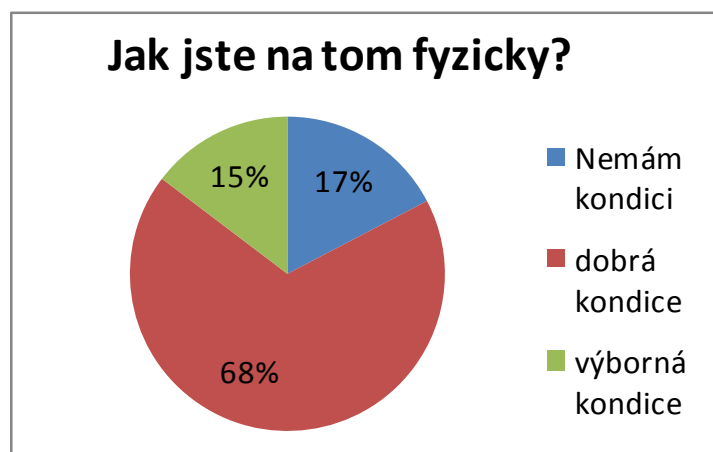
Anketní šetření probíhalo v únoru 2013. Náhodným výběrem jsem oslovila 150 občanů Nového Města na Moravě. Jednalo se téměř o totožný počet mužů a žen. Přesný počet oslovených mužů byl 77 a tázaných žen bylo 73.

Největší procento oslovených osob se pohybovalo ve věkovém rozmezí 15-20 let čili mladistvých. Do této věkové škály spadalo 66 % oslovených občanů města. 23 % tázaných bylo ve věku 21-30 let. Dále 12 lidí bylo ve věkovém rozmezí 31-50 let. Oslovila jsem i několik lidí ve věku 51-70 let, konkrétně 4 občany. Převážně se jednalo o studenty středních škol, zaměstnané dospělé a několik seniorů.

Získala jsem následující údaje:

Otázka č. 1: Jak jste na tom fyzicky?

U této otázky mě zajímala aktuální subjektivní zdatnost populace. Zjistila jsem, že 68 % oslovené populace se domnívá, že má dobrou kondici. Zhruba stejná procenta zbylé populace má výbornou nebo nedostačující kondici (obr. 2). Získané výsledky mohou být mírně zkresleny subjektivním přístupem oslovených osob. K bližší analýze by bylo možné provést testování motorických schopností.

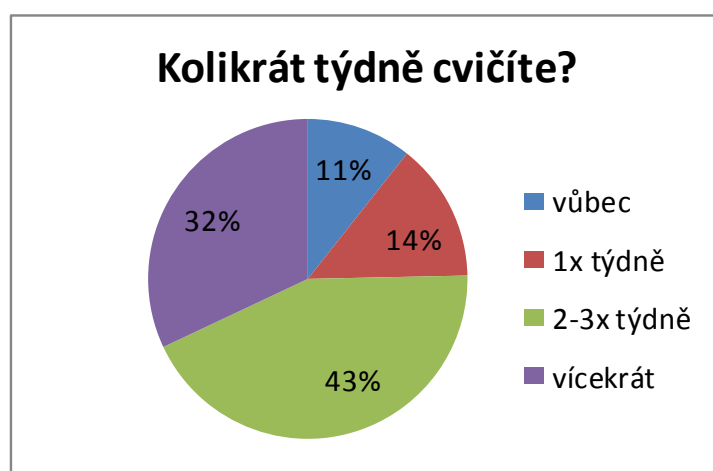


**Obrázek č. 2: Jak jste na tom fyzicky?**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### Otázka č. 2: Kolikrát týdně cvičíte?

Zde jsem chtěla zjistit, zda se obyvatelé Nového Města na Moravě, dále také NMNM, pravidelně pohybují. Případně kolikrát týdně je sport zařazen do jejich volného času. Byla jsem až překvapena, když téměř polovina oslovených cvičí 2-3x týdně a 32 % z nich dokonce vícekrát za týden. Zbytek v obou případech přibližně ve stejném počtu kolem 20 lidí necvičí vůbec nebo cvičí jednou týdně (obr. 3). Zde musím vycházet z fakta, že Nové město na Moravě je opravdu sportovně založeno a dále z předpokladu, že většina oslovených spadala do věkové hranice 15-20 let. Většina studentů navštěvuje zdejší sportovní gymnázium Vincence Makovského, kde je sport jednou z velkých náplní učiva.

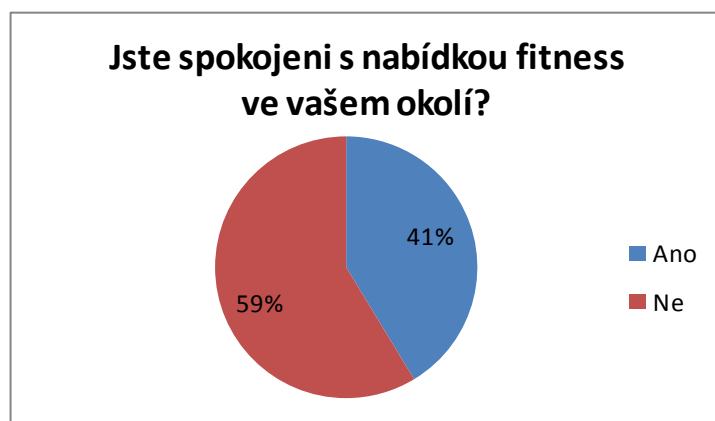


**Obrázek č. 3: Kolikrát týdně cvičíte?**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 3: Jste spokojeni s nabídkou fitness ve vašem okolí?

Touto otázkou jsem chtěla zjistit, jestli je současná nabídka fitness pro obyvatele tohoto města dostačující. Přičemž 62 oslovených uvedlo, že ano a ostatní, konkrétně 88 tázaných odpovědělo záporně (obr. 4). Rozbor stávajících fitcenter bude podrobně rozebrán v kapitole potenciální konkurence.

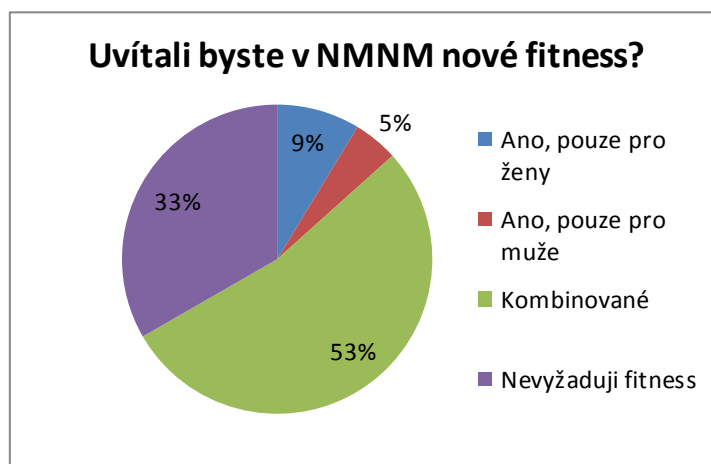


Obrázek č. 4: Jste spokojeni s nabídkou fitness ve vašem okolí?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 4: Uvítali byste v Novém Městě na Moravě nové fitness?

Již z předchozí otázky bylo zřejmé, že více jak polovina oslovených bude očekávat tuto otázku. Celkem 67 % z nich odpovědělo kladně. Tato otázka se ovšem ještě dělila na ženské, mužské či smíšené zaměření posilovny. Převážná většina s 53 % volila kombinovanou posilovnu, 9 % by více přivítalo posilovnu výhradně pro ženy a pouze 5 % dalo přednost mužské posilovně (což je zřejmé, protože muži když si chtějí zacvičit, tak hledí na svoji kondici a nevádí jim okukování druhého pohlaví jako ženám). Většinou i za přítomnosti žen jsou muži více motivováni na sobě pracovat. Současným společenským trendem je posilovna zaměřená na obě pohlaví. A 33% lidí odpovědělo, že nové fitness nevyžadují (obr. 5). Některé by více zaujalo např. venkovní víceúčelové hřiště.

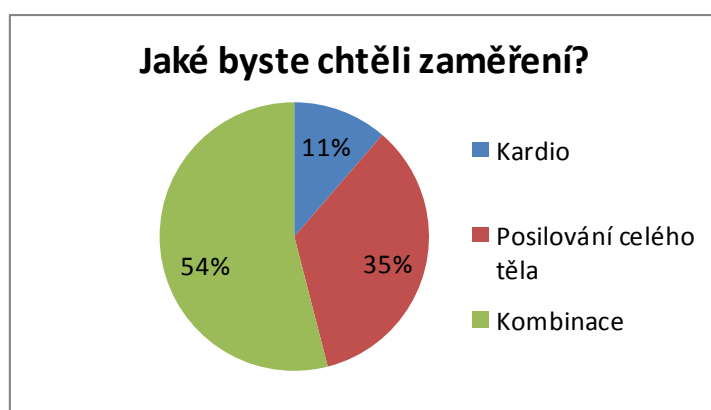


**Obrázek č. 5: Uvítali byste v NMNM nové fitness?**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### Otázka č. 5: Jaké byste chtěli zaměření?

V dnešní době je v posilovně velice aktuální kardio zóna, zejména pro ženy. Ženy slyší na tyto stroje hlavně kvůli dobré reklamě na spalování tuků a zlepšení postavy. Ptala jsem se, zda by chtěli kardio zónu, posilovací stroje nebo kombinaci obojího. Více jak polovina, 81 oslovených lidí zvolilo kombinaci obojího. 52 tázaných osob se přiklonilo pouze k posilovacím strojům a samotnou kardio zónu vyžaduje 17 oslovených (obr. 6). Je zřejmé, že většina z nich chce kombinaci, protože dneska jsou obě tyto zóny součástí každého fitness centrum. Kardio zóna slouží k zahřátí a rozproudění organismu a poté se může přejít na samotné posilovací stroje. Je možné individuálně pracovat s trenérem, což má poté velmi pozitivní dopad na individuální schopnosti klienta.



**Obrázek č. 6: Jaké byste chtěli zaměření?**

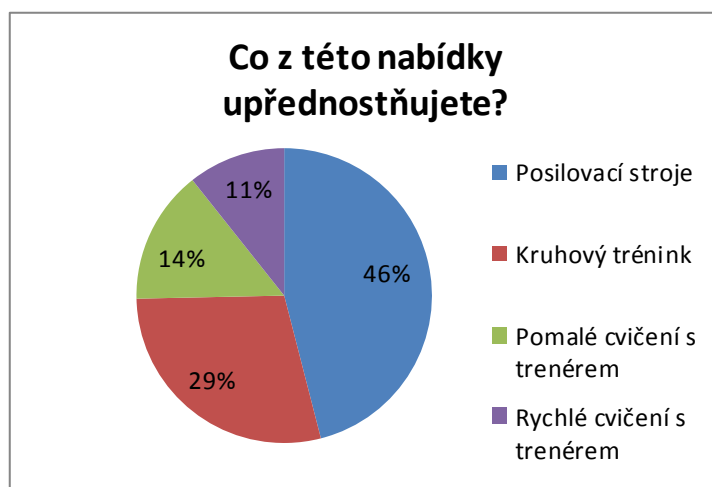
(Zdroj: Vlastní zpracování)



Otázka č. 6: Co z této nabídky upřednostňujete?

Každý člověk má jiné nároky na cvičení, proto jsem se konkrétně ptala, co každému z nabídky vyhovuje nejvíce. V možnostech odpovědí bylo: posilovací stroje, kruhový trénink, pomalé cvičení s trenérem jako je jóga, pilates, bosa aj. nebo rychlé cvičení s trenérem (např. step aerobic). Přičemž téměř polovina oslovených lidí (46 %) vyžaduje posilovací stroje, 29 % se naopak přiklání, v dnešní době k velice vyhledávanému druhu posilování, a to ke kruhovému tréninku. Malá procenta byla u zbývajících dvou odpovědí. Pro pomalé cvičení hlasovalo 14 % lidí a pro rychlé cvičení (anaerobní) pouze 11 % oslovených (obr. 7). Cvičení s trenérem lidé vyhledávají méně nebo se naopak tyto druhy cvičení jako jóga nebo bosu dostalo málo do podvědomí občanů města. Jsou to styly cvičení, které nevynechají jediný sval na těle, jsou kombinací aerobního a posilovacího tréninku. Systém cvičení je určený pro komplexní zpevnění svalů celého těla a dokonce má vliv na redukci tuků.

Posilovací stroje jsou v každém fitness centru samozřejmostí. Za posledních pár let došlo k obrovskému rozvoji posilovacích strojů, stroje se mění a neustále dochází k inovaci a nabídka na trhu se rozšiřuje. Dnes hodně lidí slyší také na kruhový trénink, jak jsem se ostatně mohla přesvědčit v anketě, kde pro tuto variantu hlasovala téměř třetina oslovených občanů. Je to efektní cvičení kombinující silový a aerobní trénink. Jedná se o výborný prostředek ke zpevnění těla, tvarování postavy, k redukci hmotnosti, ke zlepšení fyzické kondice a také výborně spaluje tuky.

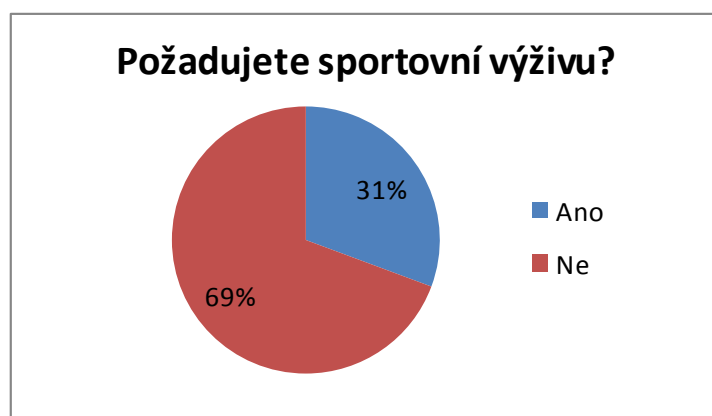


Obrázek č. 7: Co z této nabídky upřednostňujete?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 7: Požadujete sportovní výživu?

Zde jsem se zajímala, zda lidé při cvičení používají nějaké doplňky stravy. Výsledek byl jednoznačný, kdy jedna třetina oslovených sportovní výživu vyžaduje a zbylé dvě třetiny nikoli (obr. 8). Suplementy stravy jsou přípravky, které pomáhají sportovcům k lepší výkonnosti a dosažení sportovních cílů. Většina lidí do tohoto druhu výživy nechce investovat a domnívá se, že při jejich sportování ji nepotřebují.



Obrázek č. 8: Požadujete sportovní výživu?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Po vyhodnocení celé ankety je potřeba zaujmout naše stanovisko. Vzhledem k tomu, že poměrně vysoké procento mladých lidí Nového Města na Moravě bylo zapojeno do anketního šetření, předpokládám, že pokud si mladí lidé nabízený produkt oblíbí, budou jej využívat i v dospělosti. Myslím si, že jsou to právě mladí lidé, kteří chtějí zkoušet všechny formy cvičení a mají velkou motivaci cvičit.

Naším cílem je rozpohybovat populaci v této lokalitě. Pohyb prospívá každému v jakémkoli věku. Chceme, aby si u nás přišli na své nejen sportovci využívající posilovnu, ale všechny sociální skupiny. Do programu zařadíme cvičení se seniory, kteří si výborně protáhnou tělo a zároveň se dostanou do společnosti. Dále určitě nadchneme dopoledními programy pro maminky s dětmi. Oslovenými budou i nezaměstnaní a lidé s nadváhou.

## **3.2 Charakteristika okolí**

### **3.2.1 Analýza vlivu makrookolí**

Pro charakteristiku makrookolí použijeme analýzu SLEPT nebo také analýzu externího marketingového prostředí. Tuto analýzu jsme zvolili z důvodu komplexního pohledu na prostředí města. Tato analýza nám umožní docílit současného stavu prostředí a vyhodnotit případné dopady změn na náš zamýšlený projekt. Při zřízení fitness centra musíme brát v úvahu vliv následujících faktorů našeho prostředí. Jedná se o faktory sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické. Musíme na tyto aspekty brát ohled a případně na ně v budoucnosti efektivně reagovat. Pro zpracování této analýzy budou využita aktuální podkladová data čerpaná z Českého statistického úřadu zpracovaná k datu 31.12.2012 ([www.czso.cz](http://www.czso.cz)).

- **Sociální faktory**

V zájmu této oblasti bude charakteristika struktury obyvatelstva. K 31.12.2012 byl v Novém Městě na Moravě celkový počet obyvatel 10 200, z toho dle pohlaví: ženy – 5 136, muži – 5 064. Průměrný věk obyvatelstva: celkem – 41,1 let, ženy – 42,5 let a muži – 39,8 let. Věkové rozložení obyvatel ve městě je následující: 0 - 14 let: 1 519, 15 – 64 let: 6 903, 65 let a více: 1 778 obyvatel. V souladu s demografickým vývojem v celé České republice přibývá i v Novém Městě na Moravě osob starších 65 let, kdy roku 1993 jich žilo ve městě 919, teď je jich 1 778. Naopak obyvatel v produktivním věku ubylo téměř o 364 a dětí do 14 let byl pokles za dané období 820.

V současnosti roste poptávka po službách, které nabízí zábavu ve formě sportovního využití a zdraví. Lidé v životním stylu stále více upřednostňují volný čas a jeho využití. Dnešní rychlý životní styl působí lidem stresové situace, tento negativní dopad by měli kompenzovat vyhledáním vhodné relaxace či odpočinku. Lidé si ve svém volném čase vyhledávají zájmovou činnost a jsou výrazně náročnější v hodnocení kvality a dostupnosti služeb. Novému podniku je současný aktivní způsob života nakloněn, přičemž další pozitivum je ze strany obyvatel z okolních vesnic či měst dojíždějících za prací, kde zde zároveň mohou využít služeb sportovního centra.

- **Politické a legislativní faktory**

Končící ekonomická krize, kterou hlásají všechna média a stabilní politická situace v zemi napomáhají vzniku nových podniků. Vyhlášenost Nového Města na Moravě a jeho okolí díky velkým sportovním akcím typu Mistrovství světa v biatlonu, Zlatá lyže a Světový pohár v horských kolech láká do města mnoho turistů a sportovních nadšenců. Zároveň tak turisté mohou zvýšit větší klientelu z hlediska využití volného času. Pozitivním faktorem je i to, že Česká republika je členem EU. Zjednodušení legislativy pro založení nového podniku by napomohlo vzniku dalších podniků.

- **Ekonomické faktory**

Za velkou výhodu můžeme považovat končící ekonomickou krizi, která vede ke zvýšené spotřebě a zvyšuje i příležitosti na trhu. I když nezaměstnanost mírně klesá, stále je na historickém maximu. Se vznikem nového podniku se vytváří nová pracovní místa. Zrod nového podniku by vláda měla více podporovat, jelikož podnikatelé mohou nabídnout pracovní příležitosti.

- **Technologické faktory**

Zařízení a stroje v posilovnách za poslední dobu prošly obrovskou změnou a důraz se klade i více na design a ergonomii strojů. Trendem dnešních dnů je posilování s vlastním tělem ve formě novinek TRX, bosu, pilates atd. Nedílnou součástí naší provozovny by měly být informační technologie. Považuji kvalitní a přehledné webové stránky za dobrý nástroj komunikace se zákazníkem. Je více než důležité, aby design našeho podniku zákazníky přitahoval a cítili se v něm dobře.

### **3.2.2 Analýza konkurenčního prostředí**

V okolí podniku se vyskytuje několik konkurenčních firem, a proto by mohly v rámci jednotlivých poskytovaných služeb našemu podniku konkurovat. Několik konkurentů by mohlo ohrozit existenci našeho podniku, zároveň tím ale vytváří dobré konkurenční prostředí a motivuje nás tak k poskytování ještě neexistujících služeb ve městě. Zároveň jsme nuceni vymýšlet nové způsoby, jak udržet či nalákat stálé zákazníky. Díky tomuto průzkumu bych chtěla vytyčit nedostatky fitness služeb v Novém Městě na Moravě a zároveň najít ideální řešení, které bych v budoucnu chtěla zrealizovat.

Všechny konkurenční podniky se nacházejí na okrajových částech Nového Města na Moravě. Jedná se konkrétně o tři konkurenční podniky, které jsem osobně navštívila. Domluvila jsem si i schůzky s jejich zaměstnanci pro detailnější informace. Další informace jsem získala z rozhovorů jejich zákazníků a také z webových stránek, které byly ovšem pro můj výzkum nedostačující.

Mezi konkurenty patří:

- **Sportentime**

Toto sportovní centrum bylo původně zřízeno pro zaměstnance podnikové prodejny Sporten – výroba lyží a snowboardů. Nyní je v provozu pro širokou veřejnost s tím, že zaměstnanci mají firemní výhody. Na čtvrtletí mohou využít jakýchkoliv služeb v hodnotě 500 Kč.

Nabízené služby jsou:

- Posilovna – malé prostory, ze 75 % ženská návštěvnost, spíše aerobní zóna – orbitrek, veslovač, spinner, běžecký pás, minimum posilovacích strojů – převážně na velké svalové skupiny.
- Masáže – živnostník masér, zároveň dobrovolný trenér v posilovně
- Sauna + odpočívárna – pro 10 lidí
- Squash – 3 kurty

Prostory v posilovně jsou nevyhovující, malý prostor pojme malé množství strojů, které jsou příliš blízko sebe. Stroje jsou zastaralé. Výhodou jsou squashové kurty a velké množství parkovacích míst. Sportentime by mohl našemu podniku konkurovat nízkou cenou v posilovně.

Ceník služeb a otevírací doba jsou uvedeny v (tab. 2, 3).

**Tabulka č. 2: Ceník nabízených služeb Sportentime**

<b>Posilovna</b>	<b>Po-Pá do 16:00</b>	<b>Po-Pá 16:00-22:00 + So, Ne</b>
30 min.	25 Kč	30 Kč
60 min.	35 Kč	45 Kč
5 hod.	145 Kč	195 Kč
10 hod.	270 Kč	370 Kč
15 hod.	360 Kč	510 Kč
<b>Squash</b>		
30 min.	55 Kč	100 Kč
60 min.	100 Kč	150 Kč
3 hod.	270 Kč	420 Kč
5 hod.	425 Kč	675 Kč
10 hod.	800 Kč	1300 Kč
20 hod.	1500 Kč	2500 Kč
<b>Sauna</b>		
1 hod.	1 osoba	105 Kč
90 min.	1-5 osob	630 Kč
90 min.	6-10 osob	990 Kč
5 vstupů	1 osoba	500 Kč
10 vstupů	1 osoba	950 Kč

(Zdroj: [www.isporten.cz/sportentime](http://www.isporten.cz/sportentime) )

**Tabulka č. 3: Otevírací doba Sportentime**

<b>červen – září</b>	Po – Pá	14:00 – 22:00
	So – Ne	14:00 – 22:00
<b>říjen - květen</b>	Po – Pá	13:00 – 22:00
	So	09:00 – 22:00
	Ne	10:00 – 22:00

(Zdroj: [www.isporten.cz/sportentime](http://www.isporten.cz/sportentime) )

- **Fitness a wellness centrum Hotelu Ski**

Tyto služby poskytuje hotel pro své hosty. Převážně se zde ubytovávají sportovci na soustředěních či závodech, které wellness i fitness aktivně využívají. Vstupy platí samozřejmě i pro širokou veřejnou.

Nabízené služby:

- Wellness – bazén s protiproudem, chrlíč, masážní trysky, vířivka, sauna, parní komora, tepidarium, Kneippova léčba, solárium
- Fitness – kardio zóna, posilovna – posilovací stroje značky Lifefitness

## Masáže

Nové wellness centrum v Hotelu Ski láká návštěvníky do moderních prostor s různým druhem vyžití. Za výhodu považují přilehlý sportovní areál s možností využití mnoha letních i zimních sportovních aktivit. Rekonstrukce zasáhla i v oblasti posilovny, a to zvětšením prostor a pořízení dalších strojů. Hlavní výhodou je, že v oblasti fitness působí profesionální personál. Trenér v posilovně a zároveň masér je trojnásobný mistr České republiky v kulturistice. Velkou nevýhodou jsou vysoké ceny vstupného a při pořádání Mistrovství světa v biatlonu či Světových šampionátech v běhu na lyžích nebo v horských kolech vytíženost obou center sportovci, tudíž pro veřejnost nedostupné. Ceník služeb a otevírací doba jsou uvedeny v (tab. 4, 5).

**Tabulka č. 4: Ceník nabízených služeb v Hotelu Ski**

<b>Wellness</b>		
Okruh I. (bazén, vířivka, Kneipova léčba)	Dospělí – 1h./ 120 Kč Děti – 1h./ 60 Kč	Dospělí – 2h./ 200 Kč Děti – 2h./ 100 Kč
Okruh I. + II. (Okruh I., parní komora, sauna, tepidarium)		Dospělí – 2h./ 200 Kč Děti – 2h./ 120 Kč
<b>Permanentka</b>		
Okruh I.	10 hodin 20hodin	1000 Kč 1800 Kč
Okruh I. + II.	20 hodin	1600 Kč
<b>Posilovna</b>		
	1 hodina	100 Kč

(Zdroj: [www.hotelski.cz](http://www.hotelski.cz))

**Tabulka č. 5: Otevírací doba v Hotelu Ski**

<b>Pondělí</b>	Zavřeno
<b>Úterý – Neděle</b>	10:00 – 22:00

(Zdroj: [www.hotelski.cz](http://www.hotelski.cz) )

- **Bazi fitness**

Toto fitcentrum se také nachází na okrajové části města. Fitness je v provozu 3 roky, ale je zřízeno v nevyhovujících prostorách rodinného domu. Pro zvětšení prostoru se část služeb jako je posilovna a solárium nachází v přízemí. Ve vstupní hale je bar a vedle utištěný prostor pro kardio zónu.

Nabízené služby:

- Pohybové aktivity (kardio, fitness, spinning)
- Solárium
- Sestavování tréninkových plánů
- Poradenství v oblasti výživy

Fitness je zřízeno v takovém rodinném a přátelském duchu, přičemž jedna z velkých nevýhod je otevírací doba domlouvou. Návštěvnost je pouze v odpoledních a večerních hodinách. Posilovna je zřízena převážně pro ženy, které vyžadují tréninkové plány a cvičení s trenérem. V aerobní zóně se nachází 7 spinnerů, 2 pásy a 1 orbitrek. Čtyřikrát týdně je vedena hodina spinningu pro 6 osob.

Ceník služeb v Bazi fitness je uveden v tabulce č. 6:

**Tabulka č. 6: Ceník služeb v Bazi fitness**

<b>Posilovna</b>	
1 vstup	55 Kč
20 vstupů	1000 Kč
hodina s trenérem	180 Kč
20 vstupů s trenérem	3000 Kč
<b>Spinning</b>	
1 vstup	90 Kč
10 vstupů	800 Kč
20 vstupů	1400 Kč

(Zdroj: <http://www.bazi-fitness.cz> )

Otevírací doba: domlouvou.



Závěrem z analýz tří konkurenčních fitness center ve městě vyplývá, že do prostředí Nového Města na Moravě lze zatřídit nové fitness. Avšak za předpokladů, že zamýšlené fitness centrum bude obsahovat něco navíc a nabídne zákazníkům nové služby. Za těchto podmínek bude mít fitness vysokou návštěvnost a využití a doufáme, že přinese hodnotu.

Chceme oslovit místní sportovní kluby – Sportovní klub lyžování a biatlonu, Atletický oddíl a Fotbalový klub Vrchovina a vyjednat s nimi optimální podmínky pro jejich členy v našem fitness centru. To samé máme na mysli i se žáky Sportovního gymnázia Vincence Makovského.

## **4 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ**

V této části bakalářské práce je vypracován projekt pro výstavbu fitness centra v Novém Městě na Moravě. Projekt je zpracován na základě využití poznatků z předchozích kapitol a anketního šetření v místě realizace.

### **4.1 Shrnutí projektu**

Vize o založení fitness centra vznikla se současným trendem zdravého životního stylu a poptávce po kvalitních fitness službách. V následujícím textu bude představena nově vznikající společnost s názvem Fitness centrum StyleFit, s.r.o. Jedná se o fitness centrum s nabídkou služeb, které si současná společnost žádá. Po průzkumu v anketním šetření jsem zjistila, že i občané Nového Města na Moravě mají zájem o novinky ve fitness. Kromě posilovny zde bude možnost provozovat spinning a mnohé další aerobní aktivity jako jsou TRX, Bosu, Cross trénink aj.

Toto fitness centrum se bude jmenovat StyleFit, jehož navržené logo je v (příloze 2), bude založeno jako společnost s ručením omezeným. Fitness centrum se bude nacházet v centru města, kde ještě není žádné zastoupení v tomto oboru podnikání. Důvodem pro založení nového fitness centra je absence těchto služeb. Na okrajích města se sice nachází podobná komplexní zařízení, ale mnohdy jsou směřována jiné složce zákazníků nebo jejich kvalita je na nedostačující úrovni.

### **4.2 Založení podniku**

Pro založení podniku jsem si vybrala právní formu společnost s ručením omezeným (dále jen s.r.o.). Jelikož při založení fitness centra se jedná o finančně nákladný podnikatelský projekt, tak jeden z důvodů zvolení s.r.o. byl rozsah ručení. U této společnosti je ručení omezené, což je výhodnější při neúspěchu společnosti než při založení např. pouze živnostenského oprávnění.

Společnost StyleFit, s.r.o. bude založena jediným společníkem, který se zároveň stane právnickou osobou. Následně rozebereme právní úkony, které budou nutné pro založení společnosti. Prvním krokem je sepsání zakladatelské listiny, kterou je třeba

sepsat formou notářského zápisu. Tato listina musí obsahovat důležité náležitosti a její částka je 3 200 Kč. Dále musíme složit základní kapitál, který přinesl začátkem roku 2014 změny a vchází v platnost nový Zákon o obchodních korporacích. Největší změnou související s tímto zákonem je odstranění požadavku na vytvoření základního kapitálu a povinnosti ho splatit do 5 let. Základní kapitál je nově nahrazen minimální výší vkladu a to v minimální výši 1 Kč. Způsob vložení vkladu bude na bankovní účet, přičemž výpis z banky o vložení vkladu bude sloužit jako podklad pro zápis do obchodního rejstříku. Také si musíme zajistit živnostenské oprávnění, kde společnost musí zaplatit správní poplatek v hodnotě 1 000 Kč. Následuje návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku, který je podán u příslušného rejstříkového soudu a musí obsahovat notářsky ověřený podpis, jehož poplatek činí 40 Kč. Poplatek za zápis společnosti do obchodního rejstříku je 5 000 Kč. Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Nově vzniklá společnost se musí zaregistrovat u finančního úřadu. Celkové náklady na založení a vznik společnosti se pohybují kolem 10 000 Kč (tab. 7).

**Tabulka č. 7: Náklady na založení společnosti**

Sepsání zakladatelské listiny	3 200 Kč
Základní kapitál	1 Kč
Živnostenské oprávnění	1 000 Kč
Podpis notáře	40 Kč
Zápis společnosti do obchodního rejstříku	5 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>9 241 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

### 4.3 Lokalita

Jelikož současná fitness centra se nachází na okrajích města, hledala jsem prospěšnější variantu jak pro nás, tak i z pohledu dostupnosti pro zákazníky. Za polohu budoucího fitness centra jsem zvolila bývalou výměníkovou stanicí mezi panelovými domy, která je pro provozování našich služeb vhodná. Objekt se pro nás jeví výhodný hned z několika důvodů a to jak z velikosti, tak z dobré dostupnosti. Budova se nachází na ulici Mírová v Novém Městě na Moravě. Prostory jsou zhruba přizpůsobeny našim požadavkům, ale bude zde muset být provedeno ještě několik stavebních úprav.

Tato poloha je v ideální vzdálenosti od středu města a výhodou je i nově zřízená městská hromadná doprava, která má zastávku několik metrů od provozovny. Za další výhodu považuji nedaleko vzdálené vlakové nádraží s přilehlým obchodním řetězcem. Na dobré úrovni je i dostupnost automobilem. V samotném okolí budovy je několik parkovacích míst, popřípadě při jejich nedostatku jsou nedaleko rozsáhlé parkovací plochy.

V okolí se nachází jedna z největších bytových čtvrtí ve městě, kde předpokládáme nejvíce potenciálních klientů. Budovu míjí nejen studenti, kteří z vlakového nádraží míří do škol, ale i pracující lidé, kteří jdou do zaměstnání. Možnými klienty fitness centra by mohli být právě studenti zdejšího sportovního gymnázia.

#### **4.4 Základní údaje o společnosti**

Následující informace jsou údaje o nově vzniklé společnosti a zároveň kontaktní údaje na jediného společníka fitness centra:

Kateřina Sádovská

Polní 33

Žďár nad Sázavou 2, 591 02

Tel.: 606156 265

E-mail: SadovskaK@seznam.cz

#### **4.5 Reklama**

Máme několik nápadů, kterých chceme využít ke zviditelnění našeho nového fitness centra. Největší formou propagace je oslovení rádia Vysočina. Záměrem je, aby se zavedení Fitness centra StyleFit dostalo do podvědomí co nejvíce lidí pohybujících se v Novém Městě na Moravě. Rádio poslouchá většina populace ať už doma, v práci nebo na cestách, tak doufáme, že se krátký spot v několika vteřinách osvědčí.

Dále umístíme reklamu v měsíčním zpravodaji Novoměstsko, který každá rodina bezplatně dostává začátkem nového měsíce. Jako další formu zvolíme reklamní plochy na sloupech podél frekventovaných silničních tahů, kterých je v Novém Městě na Moravě několik desítek. Reklamní plakáty budou vylepeny i v městské autobusové

dopravě. Nedílnou součástí naší provozovny musí být informační technologie. Kvalitní a přehledné webové stránky považujeme za výborný nástroj komunikace se zákazníkem.

Veškeré smluvní podmínky musí být vyjednány s dostatečným předstihem, protože cílem naší reklamní kampaně je zavést ji ve správný čas. Tím se rozumí, jakmile bude fitness centrum zřízené. Celkové náklady za reklamní kampaň jsou uvedeny v (tab. 8).

**Tabulka č. 8: Celkové náklady na reklamu**

Hitrádio Vysočina – 40x reklamní spot po 20 sekundách	60 000 Kč
20x formát A2, 100x formát A5 – grafika, výtisk, náklady reklamních panelů za 4 měsíce	15 000 Kč
Tvorba webových stránek	15 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>90 000 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## 4.6 Provozovna

Jedná se o bývalou výměníkovou stanici ve vlastnictví města o rozloze 300 m<sup>2</sup>. Budova je již vhodně dispozičně rozdělena, ale musíme počítat s některými stavebními úpravami. Dispozičně se budova skládá ze tří místností, přičemž největší o rozloze 100 m<sup>2</sup> bude sloužit jako posilovna s kardio zónou. Další dva menší sály budou určeny jeden pro spinning a druhý pro lekce cross trénink, bosu aj. Při vstupu do fitness centra jsou prostory určené pro recepci a bar. Zbylé prostory jsou vyčleněny pro dámské a pánské šatny, sprchy a sociální zařízení.

### 4.6.1 Pronájem nebytových prostor pro fitness centrum

Sjednaná výše měsíčního nájmu v této lokalitě u tohoto nebytového prostoru je 50 Kč na m<sup>2</sup>. Do celkové výše pronájmu jsou zahrnuta i parkovací plochy vedle budovy. Výše měsíčního nájemného o rozloze 300 m<sup>2</sup> bude činit 15 000 Kč. Vzhledem k tomu, že v budově budeme provádět stavební úpravy z vlastních investic, chceme požadovat zaručení dlouhodobějšího pronájmu. Podle domluvy s vlastníkem budovy bude později

možnost tyto prostory vykoupit. Avšak za předpokladu dobré ekonomické situace podniku a stálého příjmu.

#### 4.6.2 Stavební úpravy

Veškeré stavební úpravy jsem konzultovala s Ing. Janem Krškou, který je stavební inženýr. Jeho otec vlastní v Novém Městě na Moravě stavební firmu. Oba mají v oboru mnoho zkušeností. Přibližný odhad nákladů na stavební úpravy je zobrazen v (tab. 9).

**Tabulka č. 9: Stavební úpravy**

Příčky 43 m	152 100 Kč
Rozvody vody, odpadů 14 m	19 500 Kč
Elektroinstalace, osvětlení	95 000 Kč
Audio systém	55 000 Kč
Dlažba 75 m <sup>2</sup>	41 200 Kč
PVS 225 m <sup>2</sup>	69 750 Kč
Obklady na WC do sprch 86 m <sup>2</sup>	30 100 Kč
Sprchové hlavice, umyvadla, WC	45 200 Kč
Zrcadlové stěny 20 m <sup>2</sup>	5 000 Kč
Recepce	109 000 Kč
WiFi modem	5 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>626 850 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### 4.6.3 Popis a vybavení místností

##### Recepce

Recepce je společně s barem koncipovaná hned při vstupu do fitness. Považuji tuto dispozici za nejlepší možnost, kdy si zákazníci vyberou některou z nabízených služeb a odtud mohou pokračovat do šaten. Bar se bude nacházet přímo na recepci, kde si klienti mohou před vstupem do prostor zakoupit potřebné občerstvení, popřípadě si zde při odchodu mohou posedět či odpočinout. Umístění recepcie je vhodné pro okamžité placení vstupů, k zakoupení permanentek či konzultaci s trenérem. Recepční

budou mít odsud přehled o celém dění ve fitness. Přehled o vybavení recepce je uveden v (tab. 10).

**Tabulka č. 10: Vybavení recepce**

Spotřebiče	34 600 Kč
Ostatní (počítač, telefon)	16 000 Kč
Základní zásoby zboží do baru	15 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>65 600 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

### Šatny

Šatny se nachází ihned za recepcí. Vchází se do nich z chodby, která vede do sálů a do posilovny. Musíme počítat se 2 šatnami, pro muže a pro ženy zvlášť. Šatny budou vybaveny prostornými skřínkami, kam si zákazníci uloží své věci. Z kapacitních důvodů budou dvě skřínky nad sebou, v každé z nich bude ramínko na pověšení oblečení. Každá skříňka bude na minci, která se po jejím odemčení zákazníkovi vrátí zpět. V místnosti samozřejmě nebudou chybět lavičky pro pohodlné převlečení zákazníků.

Z šaten je vstup do sprch a na WC. Sprchy nejsou odděleny příčkami, podlaha je vyspádovaná a na stěnách jsou sprchové hlavice. Místnost bude tak více prostorná a lépe udržovatelná. Naproti sprchám budou umyvadla se zrcadly. Náklady šaten jsou v (tab. 11).

**Tabulka č. 11: Vybavení šaten**

80x Šatní skříň	97 800 Kč
4x Šatnová lavice	9 360 Kč
Ramínka	890 Kč
Zrcadla	2 100 Kč
<b>Celkem</b>	<b>110 150 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## **Posilovna**

Nejdůležitější částí ve fitness centru bude prostorná a moderně vybavená posilovna. Posilovna je zároveň považovaná za hlavní službu ve fitness. Bude rozdělena na dvě části – kardio zóna, jejíž součástí bude i prostor na protahování, a samotná posilovací část. V místnosti budou profesionální stroje od společnosti Formerfit, ImpulseFitness a Kettler. Posilovna bude obsahovat stroje, jak na horní polovinu těla, tak i na jeho dolní část. Pro uspokojení potřeb všech zákazníků nesmí chybět ani činky mnoha hmotností, lavičky a různé podložky. V této části musí být zrcadlová plocha, aby si zákazníci mohli kontrolovat správné postavení a držení těla. Stroje budou vhodně uspořádány podle zaměření na procvičení jednotlivých svalových partií. Výběr strojů a navržení celé posilovny jsem konzultovala s bývalým kulturistou a profesionálem v tomto oboru s Ing. Janem Bulvou, který se v prostředí fitness pohybuje již 25 let. Vybavení posilovny je v (tab. 12).

V posilovně bude k dispozici profesionální trenér, který zodpoví na jakýkoli dotaz ohledně posilování. Jeho služeb využijí zejména začátečníci. Pomůže jim správně nastavit stroje a ukáže jaký stroj, kterou partii posiluje. Trenér také na přání zákazníka může sestavit individuální tréninkový plán na určitý cyklus.

V zásadě k vybavení moderního fitness neodmyslitelně patří kardio zóna (aerobní cvičení), kde na strojích posílíme celé tělo. Na strojích tomu určených můžeme zlepšit svoji fyzickou kondici a také kontrolovatelně snižovat váhu. Stroje jsou tedy určeny k formování těla, posílení svalů a celkovému zlepšení fyzické a psychické kondice. Vybavení kardio zóny je v (tab. 13).



**Tabulka č. 12: Vybavení posilovny**

2x Sada jednoručních činek (2,5 – 50 kg) – v párech	196 856 Kč
3x Impulse Fitness Multi Bench	29 997 Kč
2x Tuff Stuff Bradla + hrazda	29 980 Kč
3x Šikmá lavice Merco PL101	2 370 Kč
3x Posilovací lavice Impulse	16 470 Kč
3x Multipress Housefit HG 2017	59 970 Kč
2x Impulse Fitness IF-1860	85 960 Kč
3x Posilovací lavice Housefit HG 2073	20 970 Kč
3x Posilovací lavice Formerfit 329 UB se stojanem	16 470 Kč
2x Impulse Seated dip-triceps	80 700 Kč
3x Stojan Kettler na dlouhou činku – Vector	14 970 Kč
2x Ribstol dřevěnný	4 980 Kč
2x Závěsná hrazda	2 800 Kč
2x Arsenal Hrazda + bradla	7 980 Kč
3x Olympijská činka 135 kg	32 970 Kč
26x různý adaptér	21 560 Kč
<b>Celkem</b>	<b>625 003 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

**Tabulka č. 13: Vybavení kardio zóny**

3x Rotoped Formerfit 830	17 970 Kč
3x Stepper Kettler Montana	26 970 Kč
2x Běžecový trenažer Kettler Track	99 980 Kč
<b>Celkem</b>	<b>144 920 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

**Sál 1**

Tento sál bude uzpůsobený k lekcím spinningu. V místnosti je nutné dobré odhlučení. V sále bude 9 cyklotrenažerů v dostatečné vzdálenosti od sebe, aby měl každý okolo sebe dostatek místa. Instruktor musí mít umístěné kolo v přední části místnosti a čelem k ostatním, aby při předvádění byl každému vzorem. Při lekc

spinningu je nutná hudba, tudíž do vybavení místnosti patří i audio systém s CD přehrávačem. Vybavení sálu 1 je v (tab. 14).

**Tabulka č. 14: Vybavení sálu 1**

9x Cyklotrenažér Formerfit 4730MX	116 910 Kč
Audio systém	3 790 Kč
<b>Celkem</b>	<b>120 700 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## Sál 2

Druhý sál bude mít univerzální zaměření. Budou zde probíhat především lekce cross tréninku, TRX, bosu, cvičení na míčích a jóga. Tento sál bude hodně využívaný, plánujeme ho obsadit i v dopoledních hodinách. V tomto čase chceme oslovit maminky na mateřské dovolené, důchodce a školy. Vzhledem k velkému využití sálu bude potřeba mnoho potřebných pomůcek při jednotlivých lekcích. Zároveň bude potřeba hodně úložného prostoru na toto sportovní vybavení. Vybavení sálu 2 je v (tab. 15).

**Tabulka č. 15: Vybavení sálu 2**

11x TRX	16 390 Kč
Železná konstrukce na zavěšení TRX	30 129 Kč
11x Bosu	20 449 Kč
11x Gym ball	3 729 Kč
11x podložky na cvičení (na jógu)	2 640 Kč
2x Ribstol dřevěný	4 980 Kč
2x Závěsná hrazda na žebříny	1 580 Kč
5x Činka (0,5 kg, 1 kg, 1,5 kg)	2 970 Kč
2x Vin-Bell (4 kg a 8 kg), 2x medicinbal (3 kg a 5 kg)	2 178 Kč
10x Švihadla	1 500 Kč
2x Švédská lavička	5 934 Kč
Regály	8 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>100 479 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## Úklidová místnost

Tato místnost se nachází mezi recepcí a šatnami. Je zde uskladněn vysavač, kýbl, mopy a veškeré prostředky na čištění stojů, podlah a prachu. Vybavení úklidové místnosti je v (tab. 16).

**Tabulka č. 16: Vybavení úklidové místnosti**

Vysavač, podlahový mop	6 530 Kč
Čisticí a hygienické prostředky	3 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>9 530 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## 4.7 Zřizovací náklady

Do zřizovacích nákladů počítáme vše od vzniku společnosti. Jde o náklady na založení společnosti, veškeré stavební úpravy a následné vybavení prostor, samozřejmě také náklady na reklamu fitness centra. Všechny náklady jsou uvedeny v (tab. 17).

**Tabulka č. 17: Zřizovací náklady**

Založení společnosti	10 000 Kč
Stavební úpravy	626 850 Kč
Vybavení prostor	1 176 382 Kč
Reklama	90 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>1 903 232 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## 4.8 Zajištění financí

Suma všech zřizovacích nákladů činí 1 903 232 Kč, do podnikání vložím část svých financí a na zbytek si vezmu bankovní úvěr. Vlastní vložená částka bude 250 000 Kč a banka mi poskytne úvěr ve výši 1 700 000 Kč. Výše úrokové míry je 6 % a doba splatnosti celého úvěru je 10 let. Při výši této částky musíme kalkulovat s výslednou splacenou částkou 2 264 760 Kč.

Způsob financování tohoto projektu jsem konzultovala s podnikatelskou poradkyní Komerční banky Irenou Holkovou. Zároveň jsem dostala i užitečné informace do podnikání, například že klienti Komerční banky mají při poskytnutí úvěru jako začínající podnikatelé určité výhody.

## **4.9 Provozní doba a ceník**

Tato kapitola bude zaměřená otevírací dobu fitness centra a na ceny veškerých služeb, které bude poskytovat.

### **4.9.1 Provozní doba**

Provozní doba fitness centra bude od pondělí do neděle. Přesné časy jsou uvedeny v (tab. 18). Tato provozní doba by měla vyhovovat široké veřejnosti. Snažili jsme se přizpůsobit všem zákazníkům. Dopolední hodiny budou uzpůsobeny matkám s dětmi, důchodcům a školám. Naopak pracující mohou fitness navštívit v odpoledních nebo pozdějších hodinách.

**Tabulka č. 18: Provozní doba**

Pondělí – Pátek	8:00 – 22:00	
Sobota a Neděle	8:00 – 12:00	15:00 – 22:00

(Zdroj: Vlastní zpracování)

### **4.9.2 Ceník**

Ceny jsme stanovili na základě cen konkurence. Víme, že zákazník nehledí pouze na vybavení posilovny, ale hlavně na ceny konkurenčních služeb, právě z toho důvodu musíme být konkurenceschopní. Ceny vstupů do posilovny včetně permanentek a jiných služeb jsou uvedeny v (tab. 19). Ceny ostatních služeb – lekcí jsme stanovili podle současných standardů. Z hlediska konkurence až na spinning jsme v tomto městě průkopníky, přičemž máme ve stanovení cen výhodu. Samozřejmě musíme dbát na to, aby ceny byly dostatečně vyhovující pro potenciální zákazníky. V (tab. 20) jsou zobrazeny ceny ostatních služeb, které fitness centrum nabízí.

**Tabulka č. 19: Ceník do posilovny**

<b>Vstup</b>	<b>Cena</b>
Dospělí	60 Kč
Studenti, senioři	50 Kč
20 vstupů	1 100 Kč
20 vstupů – studenti, senioři	900 Kč
Hodina s trenérem	200 Kč
Sestavení tréninkového plánu na měsíc	700 Kč
Tříměsíční kurz kondičního posilování pro ženy	650 Kč – 1x týdně 1 150 Kč – 2x týdně

(Zdroj: Vlastní zpracování)

**Tabulka č. 20: Ceník lekcí**

<b>Lekce</b>	<b>Jednorázový vstup</b>	<b>Permanentka na 10 vstupů</b>
Spinning	80 Kč	750 Kč
TRX	80 Kč	750 Kč
Bosu	70 Kč	650 Kč
Cross trénink	70 Kč	650 Kč
Power jóga	60 Kč	550 Kč
Cvičení na balónech	60 Kč	550 Kč
Cvičení rodiče s dětmi	50 Kč	450 Kč
Cvičení pro těhotné	60 Kč	550 Kč

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## 4.10 Lekce ve fitness

Tato část je zaměřená na podrobné obeznámení nabízených lekcí v našem fitness centru.

### 4.10.1 Popis služeb

#### Spinning

Lekce spinningu budou probíhat v sále jemu určeným a to v sále 1. Spinning je kardiovaskulární skupinové cvičení s vysokou účinností. Toto aerobní cvičení probíhá

pod vedením lektora. Tempo je udáváno rytmem hudby a zátěž si každý volí sám dle svých možností. V sále je 9 spinnerů, z toho jeden je určen pro lektora. Tento počet je přizpůsoben jednak kvůli velikosti prostoru, ale i pro dobrou zpětnou vazbu mezi zákazníkem a trenérem.

### **TRX**

Cvičení na tomto závěsném systému je v poslední době nejžádanější fitness nářadí. Toto cvičení je vhodné pro každého. Pomocí funkčních pohybů nám pomáhá rozvíjet tělesnou sílu. TRX systém je efektivní trénink celého těla a lze na něm provést nekonečné množství cviků. Díky TRX si zákazník vybuduje silné a stabilní jádro.

### **Bosu**

Tento typ cvičení má všestranné využití, protože na něm cvičíme z obou stran. Je určen hlavně k posilování hlubokých stabilizačních svalů. Tuto skupinu svalů je důležité aktivovat a zapojovat, protože jsou zodpovědné za správné držení těla a stabilitu páteře. Na těchto hodinách si protáhnete, procvičíte a zároveň posílíte celé tělo. Formy cvičení na Bosu můžeme rozdělit na dynamickou nebo pomalou formu cvičení.

### **Cross trénink**

Jedná se o kondiční silový trénink, který je zaměřen na komplexní tělesný rozvoj. Záměr tohoto cvičení je zbavit se přebytků tuků, procvičit celé tělo a získat sílu a kondici. Během tréninku rozvíjíme sílu, rychlost, vytrvalost, obratnost a výbušnost. Cvičíme vlastní vahou a při cvičení používáme například medicinbaly, vin-belly, gymnastické míče a švihadla. Cross trénink zahrnuje i dřepy, kliky, výpady, vše se dělá na čas s co nejvíce opakováním.

### **Cvičení na balóněch**

Jde o cvičení na nestabilní ploše, na velkých gymnastických míčích. Pro udržení rovnováhy zapojujeme drobné svaly, které bývají často oslabeny. Cvičení je prospěšné pro zpevnění celého těla, vyrovnaní svalových dysbalancí, zlepšení obratnosti a svalové koordinace. Součástí cvičení je i série posilovacích cviků. Toto aerobní cvičení s posilováním zároveň šetří kloubní systém našeho těla. Do samotného programu jsme zařadili i cvičení pro těhotné, pro které jsou gymnastické míče obzvláště prospěšné.

### **Power jóga**

Při tomto dynamickém stylu cvičení rovnoměrně protáhnete a posílíte celé tělo a samozřejmě dosáhnete dobré kondice. Power jóga je moderní cvičební styl, využívající

prvků klasické jógy. Díky power józe se lidé stávají více uvolněnými a produktivními. Umožňuje lépe ovládat dýchání a být soustředěnější na určité činnosti.

### **Cvičení rodiče s dětmi**

Nabízíme také program pro kojence a batolata. Při těchto lekcích využíváme pohybu a hudby, kde rodiče cvičí společně se svým dítětem. Díky různým pomůckám a cvikům na velkých i malých míčích, tancování, rozpohybování končetin, děti podporujeme v motorickém a pohybovém vývoji. Cvičení jsme rozdělili podle věku dětí na dva kurzy: 1-2 roky, 2-4 roky.

### **Cvičení pro školy**

Navrhli jsme středním školám v Novém Městě na Moravě pronájem všech tří sálů vždy v dopoledních hodinách za přijatelnou cenu. K dispozici by byl žákům vždy jeden trenér, který by v každém sále uvedl možnosti cviků, které studenti můžou dělat. Jinak jim bude během celé hodiny nápomocný. Jedna třída se může rozmístit do celého komplexu, přičemž musí dbát na kapacitu každého ze sálů.

Všechny lekce jsou určeny pro každého, bez rozdílu věku i pohlaví. Lekce kromě spinningu budou probíhat v sále číslo 2, tím pádem nemůžou probíhat současně. Kapacita každé lekce je maximálně 10 lidí. Na webových stránkách naleznete rezervační systém do jednotlivých lekcí.

#### **4.10.2 Rozvrh lekcí**

Při sestavování rozvržení jednotlivých lekcí jsme dbali na následující aspekty. Obecný denní režim populace je nastaven tak, že pracující chodí do zaměstnání v ranních a dopoledních hodinách a svůj volný čas tráví po práci. Dále bereme ohled na biorytmy, neboli denní výkonnostní rytmus, kdy odpolední vzestup výkonnosti přichází mezi 15 a 17 hodinou.

V dopoledních hodinách prostory vyčleníme pohybu studentů zdejších středních škol a matkám na rodičovských dovolených. Odpolední lekce jsou určeny již veškeré populaci včetně pracujících lidí, u kterých bylo přihlédnuto právě k jejich pracovní době. Podrobný rozvrh lekcí najdete v (tab. 21).

Tabulka č. 21: Rozvrh lekcí

	PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
9:00	CVIČENÍ PRO ŠKOLY	CVIČENÍ PRO ŠKOLY	CVIČENÍ PRO ŠKOLY	CVIČENÍ PRO ŠKOLY	CVIČENÍ PRO ŠKOLY		
10:00	CVIČENÍ PRO ŠKOLY	RODIČE S DĚTMI 1-2 ROKY	CVIČENÍ PRO ŠKOLY	RODIČE S DĚTMI 2-4 ROKY	CVIČENÍ PRO ŠKOLY		SPINNING
11:00		POWER JÓGA		BOSU		CROSS TRÉNINK	
14:00							
15:00						CVIČENÍ PRO TĚHOTNÉ	POWER JÓGA
16:00	CVIČENÍ NA BALÓNECH	BOSU	CVIČENÍ PRO TĚHOTNÉ	POWER JÓGA	BOSU	CVIČENÍ NA BALÓNECH	CROSS TRÉNINK
17:00	TRX	BOSU SPINNING	CROSS TÉNINK	TRX SPINNING	CROSS TRÉNINK	TRX SPINNING	CROSS TRÉNINK
18:00	CROSS TRÉNINK SPINNING	POWER JÓGA	POWER JÓGA SPINNING	TRX	CROSS TRÉNINK SPINNING	POWER JÓGA	TRX
19:00	TRX	TRX	POWER JÓGA SPINNING	CVIČENÍ NA BALÓNECH	POWER JÓGA	BOSU SPINNING	CVIČENÍ NA BALÓNECH
20:00	POWER JÓGA SPINNING				TRX		

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### 4.10.3 Kapacita

Kapacita jednotlivých lekcí je určena rozměry sálů a počtem strojů a ostatního vybavení v sálech. Víme kolik jednotlivých lekcí bude probíhat týdně a zároveň jaká je maximální možná kapacita každé lekce. Posilovna musí mít samozřejmě také omezený počet lidí, aby se zákazníci nepřetahovali o stroje a měli kolem sebe dostatečný prostor. V jednu chvíli se v posilovně může pohybovat 20 lidí. Počet lekcí týdně a jejich kapacita je uvedena v (tab. 22).



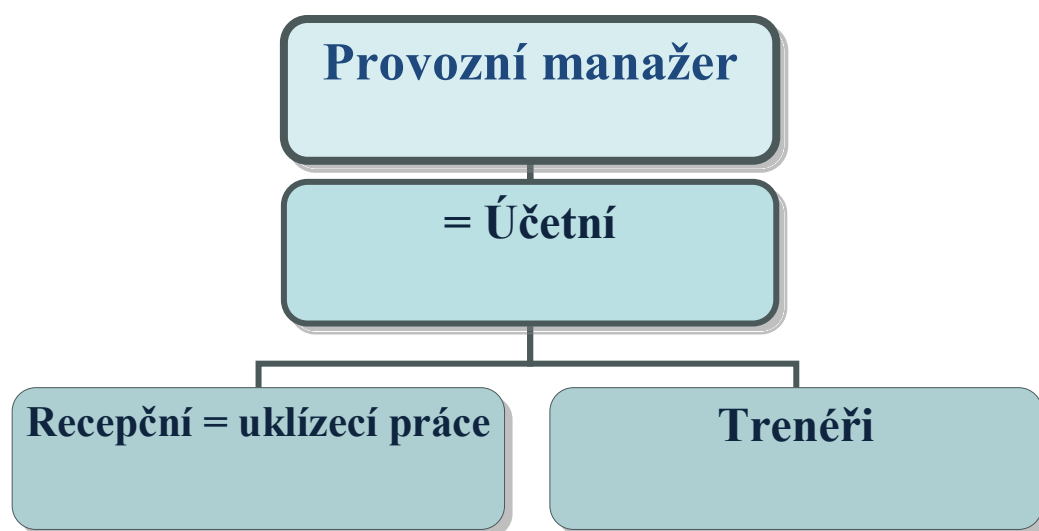
**Tabulka č. 22: Kapacita lekcí**

<b>Lekce</b>	<b>Kapacita lekce (počet osob)</b>	<b>Počet lekcí týdně</b>	<b>Celková kapacita za týden (osob)</b>
Spinning	8	10x	80
TRX	10	8x	80
Bosu	10	5x	50
Cross trénink	10	7x	70
Power jóga	10	9x	90
Cvičení na balónech	10	4x	40
Cvičení rodiče s dětmi	10	2x	20
Cvičení pro těhotné	10	2x	20

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### **4.11 Organizační struktura**

Na (obr. 9) je nastíněná navrhovaná organizační struktura fitness centra.



**Obrázek č. 9: Organizační struktura**

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### **4.11.1 Rozvržení pracovního dne na směny**

Pracovní den bude rozdělen vždy na dvě směny, podle nichž se budou řídit recepční a trenéři v posilovně. Směny budou následující:

- Pondělí – Pátek: 1. směna: 8:00 – 15:00  
2. směna: 15:00 – 22:00
- Sobota a Neděle: 1. směna: 8:00 – 12:00  
2. směna: 15:00 – 22:00

#### **4.11.2 Zaměstnanci a jejich ohodnocení**

Počet zaměstnanců musí být přizpůsoben pracovní době a počtu jednotlivých lekcí, přičemž bereme v úvahu, že se lekce spinningu mohou překrývat s ostatními lekcemi.

##### **Provozní manažer**

Vlastníkem fitness centra a zároveň provozním manažerem bude jedna osoba Kateřina Sádovská. Úkolem provozního manažera je zajistit celkový provoz fitness centra. Je zodpovědný za veškeré problémy vzniklé, jak na recepci, tak v celé budově. Bude zodpovědný za chod a údržbu fitness centra, také bude aktualizovat webové stránky a tvořit finanční plán podniku.

Dobrý manažer v tomto oboru musí splňovat následující vlastnosti. Určitě by se měl zajímat o sport, měl by být komunikativní, samostatný, odolný vůči stresu. Jeho vzdělání by mělo být v oblasti managementu a marketingu. Měl by udržovat dobré vztahy se zaměstnanci, což spočívá v kvalitě organizování práce a umění vést a motivovat zaměstnance.

Účetnictví si bude dělat také sám majitel, který má v tomto oboru vzdělání. Zároveň ušetří náklady, které by musel vynaložit externí firmě.

Hrubá měsíční mzda manažera činí 30 000 Kč

##### **Recepční**

Na tuto pozici musíme počítat se dvěma zaměstnanci na hlavní pracovní poměr a jednoho na poloviční. Což je 160 hodin měsíčně na hlavní pracovní poměr a na poloviční čítáme 80 hodin měsíčně. Počet zaměstnanců se odvíjí od provozní doby fitness. Recepční na plný pracovní úvazek se budou mezi sebou střídat v průběhu týdne

a ještě si rozdělí vždy jedno dopoledne o víkendu. Recepční na částečný pracovní úvazek bude pracovat odpoledne o víkendech. Recepční bude celý den v kontaktu s lidmi, proto je po ní požadováno příjemné chování k zákazníkům a dobré komunikační schopnosti. Mezi další její schopnosti musí patřit práce na počítači a prodejní schopnosti.

V rámci úspor budou recepční provádět pravidelné úklidy vždy po skončení pracovní doby. Ohodnocení jejich úklidových prací bude zahrnuto v jejich mzdě.

Hrubá měsíční mzda recepční na plný úvazek činí 13 000 Kč a na částečný úvazek 6 500 Kč.

### **Trenéři**

Na tuto pozici budeme potřebovat 2 trenéry do posilovny na hlavní pracovní poměr (160 hodin měsíčně) a 3 instruktory na vedlejší pracovní poměr (80 hodin měsíčně), kteří budou vést vypsané lekce. Počet zaměstnanců jsme přizpůsobili, jak provozní době, tak počtem lekcí a jejich předpokládané návštěvnosti. U instruktorů požadujeme schopnost vést námi vybrané lekce a vlastnit požadované licence. Od trenéra požadujeme dostatečnou kvalifikaci ve formě trenérských zkoušek. Trenér v posilovně musí umět vysvětlit klientovi způsob cvičení na jakémkoli stroji a měl by mu být vždy nápomocný. Mezi další jeho požadavky patří schopnost vytvoření individuálních tréninkových plánů. Trenér by měl být zodpovědný, ochotný, komunikační a samozřejmě musí mít zájem o sport zdravý životní styl.

Hrubá mzda trenéra na plný úvazek činí 16 000 Kč a trenér na částečný úvazek má 8 000 Kč. V částce je již zahrnuto ohodnocení osobních tréninků a hodinových lekcí.

### **Správce strojů**

Správce bude povolán vždy jednou za týden a jeho povinností bude řešení technických problémů. Bude kontrolovat stav posilovacích strojů, popřípadě rozbitý stroj opraví. Správce odpovídá za technické problémy ve fitness. Správce bude zaměstnán formou dohody o provedení práce.

#### 4.11.3 Měsíční náklady za zaměstnance

Přehled měsíčních mezd zaměstnanců je uveden v (tab. 23). Všechny výše určené částky jsou uvedeny před zdaněním. Zaměstnanci mají podepsanou fixní měsíční smluvní mzdu.

Tabulka č. 23: Měsíční náklady na mzdy

Zaměstnanci/ Kč	Počet lidí	Hrubá mzda	SP a ZP (34 %)	Na osobu	Celkem
Manažer	1	30 000	10 200	40 200	40 200
Recepční - plný úvazek	2	13 000	4 420	17 420	34 840
Recepční - částečný úvazek	1	6 500	2 210	8710	8 710
Trenér - plný úvazek	2	16 000	5 440	21 440	42 880
Trenér - částečný úvazek	3	8 000	2 720	10 720	32 160
Správce	1	2 000			2 000
<b>Celkem</b>					<b>160 790</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### 4.12 Marketingový plán

Je těžké vybudovat nové fitness centrum v lokalitě, kde je již velká konkurence. Avšak po bližší analýze konkurence jsme došli k závěru, že kvalitní fitness centrum ve středu města bude pro zákazníky přijatelné. Naším cílem je poskytovat služby, tak abychom měli spokojené zákazníky, kteří se budou do fitness často vracet a zároveň ho doporučí svému okolí. Abychom si získali skupinu stálých zákazníků, musí se zde cítit dobře, čemuž napomůže příjemné prostředí a personál. Pro kvalitní cvičení klientům poskytneme značkové posilovací stroje a jiné pomůcky. Lidé velmi často slyší na slevy a speciální nabídky, které pro ně budeme nabízet. Například při otevírání fitness centra

budou veškeré služby zadarmo a potenciální zákazníci si tak mohou udělat obrázek o všech prostorách fitness centra. Zároveň jim zdarma změříme tlak a vypočítáme BMI.

#### **4.12.1 Marketingový mix**

##### **Produkt**

Snažili jsme se vyhovět velké škále potenciálních klientů. Služby, které nabízíme, jsou určeny pro všechny bez zaměření pohlaví a věku. Každý zákazník by zde měl najít svoji oblíbenou aktivitu. Předpokládáme, že největší návštěvnost budou tvořit lidé ve věku 15-50 let. Nejen muži si v posilovně přijdou na své. Pro ženy nabízíme denně výběr z několika lekcí a i v posilovně si oblíbí několik strojů na posilování problémových partií. Dalším segmentem lidí budou studenti středních škol, pro které jsou vyčleněny dopolední hodiny v celém komplexu.

##### **Cena**

Ceny služeb jsme stanovili jednak na základě cen konkurence a jednak abychom byli schopni zaplatit všechny provozní náklady fitness centra. Důležitým prvním krokem je nalákání zákazníků do fitness pomocí zaváděcích cen a jiných slev. Musíme brát ohled na studenty a seniory, kteří nemají takový přísun peněz jako pracující lidé. Proto jsme této skupině zákazníků snížili vstupné. Lidé, kteří budou navštěvovat posilovnu nebo nějaký z kurzů pravidelně si mohou zakoupit cenově výhodnou permanentku na 10 vstupů.

##### **Místo**

Naše provozovna téměř v centru města by měla konkurovat všem konkurenčním podnikům na okrajových částech města. Je dostupná všem dopravním prostředkům. Automobilová doprava má možnost parkování hned vedle fitness centra. Nedaleko je zastávka městské hromadné dopravy, která je v provozu od začátku tohoto roku. A dojíždějící lidé mají 200 metrů od fitness vlakové nádraží. Budovu jsme vhodně zvolili na sídlišti, kde se pohybuje velká část obyvatel.

##### **Propagace**

Přilákání zákazníka do fitness je značně ovlivněno komunikačními prostředky. Výdaje na zřízení nového podniku jsou značně vysoké, proto musíme dbát na přiměřenou částku, kterou vložíme na reklamu. Již bylo zmíněno, že reklama bude formou rádiového spotu, dále bude vyvěšena na reklamních plochách na sloupech podél silnic a ještě umístěna v měsíčním zpravodaji Novoměstsko. Naše největší pozornost

bude směřována na lidi v blízkém okolí fitness centra. Fitness centrum bude mít také webové stránky.

#### **4.12.2 SWOT analýza**

Každý začínající podnik by si měl nastítnit silné a slabé stránky, se kterými jde v průběhu provozu něco dělat. Dále příležitosti a hrozby, které neovlivníme, ale musíme s nimi počítat.

##### **Silné stránky**

- Lokalita – fitness centrum se nachází téměř v centru města;
- Dobrá dostupnost všemi dopravními prostředky;
- Možnost parkování hned u fitness centra;
- Poskytnutí slev pro studenty a seniory;
- Nabízíme i jiné služby než konkurence;
- Kvalitní vybavení;
- Proškolený a milý personál;
- Příjemné prostředí pro cvičení.

##### **Slabé stránky**

- První zkušenost podnikání v tomto oboru – získali jsme však mnoho informací od fitness odborníků;
- Nový podnik – zákazníkům musíme vstoupit do podvědomí pomocí reklamy, delší trvání při vybudování dobrých vztahů se zákazníky a získání jejich stálé návštěvnosti;
- Nedostačující prostředky vlastního kapitálu;
- Rozlohou menší fitness centrum než naši konkurenti.

##### **Příležitosti**

- Nabídka kvalitních lekcí spinningu, TRX, cross tréninku, cvičení matky s dětmi, cvičení pro těhotné a jiné zajímavé lekce;
- Oslovení středních škol v Novém Městě na Moravě a pronájem prostor v dopoledních hodinách s trenérem;
- Velká nezaměstnanost – na trhu práce je velká míra nezaměstnanosti a my můžeme vybírat ty nejlepší kandidáty na pracovní pozice.

## Hrozby

- Možnost vstupu nové konkurence na trh a odlákání tak našich zákazníků;
- Nedostatečná poptávka – Nové Město na Moravě má téměř 11 tisíc obyvatel, což je ve srovnání s většími městy málo. Předpokládáme, že bude zájem o nabízené služby i u obyvatel okolních vesnic či měst;
- Špatná spolupráce se zaměstnanci.

### 4.13 Náklady a příjmy

V této kapitole shrneme všechny vzniklé náklady a předpokládané příjmy.

#### 4.13.1 Měsíční náklady

Do měsíčních nákladů započteme všechny náklady spojené s provozem fitness centra. Do těchto provozních nákladů patří nájemné, mzdy za zaměstnance, náklady za vodu a energii a ostatní provozní náklady, do nichž patří měsíční poplatky za internet, kancelářské a čisticí potřeby. Vše je zachyceno v (tab. 24), přičemž uvedené hodnoty vychází z předchozích kapitol.

**Tabulka č. 24: Měsíční náklady**

Nájemné	15 000 Kč
Zaměstnanci	160 790 Kč
Voda a energie	7 500 Kč
Ostatní náklady	3 000 Kč
Úvěr – splátky (10 let)	18 875 Kč
<b>Celkem</b>	<b>205 165 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### 4.13.2 Předpokládané měsíční příjmy

Zde spočítáme příjmy poskytovaných služeb při 100 % kapacitě (tab. 25).

##### **Fitness**

Maximální možnou kapacitu v posilovně odhadujeme na 200 lidí denně. Toto číslo musíme zprůměrovat o veškeré slevy a permanentky. Patří sem slevy pro studenty a seniory a permanentky na 20 vstupů.

##### **Lekce**

Maximální kapacita všech námi poskytovaných lekcí je 450 osob týdně, což je 1 800 lidí za měsíc. Opět musíme zprůměrovat ceny jednotného vstupu a permanentek na 10 vstupů. Do této části započítáme také dopolední lekce pro školy. Celkem je lekcí 32 hodin týdně a fitness si čítá 250 Kč na hodinu za pronájem celých prostor.

##### **Ostatní služby**

Tento segment se skládá z osobních tréninků a z marže prodeje vedlejších produktů na recepci.

**Tabulka č. 25: Předpokládané měsíční příjmy při maximální kapacitě**

Fitness	301 440 Kč
Lekce	126 620 Kč
Ostatní služby	25 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>453 060 Kč</b>

(Zdroj: Vlastní zpracování)

#### 4.14 Návratnost investice

Při výpočtu návratnosti investice budeme vycházet z celkových zřizovacích výdajů. Do podnikání jsme vložili vlastní kapitál v hodnotě 250 000 Kč a půjčka v bance činila 1 700 000 Kč. Musíme brát v úvahu navýšení částky o úvěrové krytí, což je 2 264 760 Kč. Po přičtení vlastního vkladu dosáhneme částku 2 514 760 Kč. Každý měsíc musíme pokrýt provozní náklady a následně budeme při návratnosti investice kalkulovat s měsíčním výsledným ziskem. V následující (tab. 26) jsme spočítali návratnost při 100 % návštěvnosti fitness centra, od které se následně odvíjí doby splatnosti při různých procentech návštěvnosti.



**Tabulka č. 26: Návratnost investice**

<b>Kapacita</b>	<b>Zisk za měsíc</b>	<b>Zisk za rok</b>	<b>Doba návratnosti investice</b>
100 %	247 895 Kč	2 974 740 Kč	10 měsíců
90 %	202 589 Kč	2 431 068 Kč	1 rok
80 %	157 283 Kč	1 887 396 Kč	1,3 roků
70 %	111 977 Kč	1 343 724 Kč	1,8 roků
60 %	66 6771 Kč	800 052 Kč	3,1 roků
50 %	21 365 Kč	256 380 Kč	9,8 roků
40 %	-23 941 Kč		

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Jsme si vědomi toho, že fitness centrum nebude stále plně obsazené. Naším cílem bude udržet si stále návštěvníky a neustále přicházet s novinkami a akcemi, aby zákazníci měli pocit motivace. Z tabulky vyplývá ideální návštěvnost kolem 60 %. Tyto kapacitní poměry vycházejí pro podnik výhodně hned z několika důvodů. Jednak je to vidina dřívějšího splacení úvěru než za předpokládanou dobu 10 let a dalším důvodem je ideální výnosnost podniku.

Hraničním bodem je návštěvnost mezi 40 % a 50 %, kdy se podnik pohybuje mezi ziskovostí a ztrátovostí. Konkrétně 40 % návštěvnost už je pro podnik ztrátová. Znamená, že nejsme schopni pokrýt ani provozní náklady fitness centra, které zároveň zahrnují splátky úvěru. Abychom mohli stabilně podnikat a náš zisk byl alespoň minimální, musíme si udržet návštěvnost, která se bude pohybovat kolem 50 %.

## DISKUZE

Sestavení tohoto projektu a následně samotná realizace založení a vybavení fitness centra je velice obtížná činnost. Při jeho zhotovení musíme dbát na mnoho aspektů, které bychom měli zařídit v navazujícím sledu činností. Avšak při konečném výsledku by měly do značné míry ovlivnit kvalitu provozu nového podniku.

Při zjišťování všech skutečností jsem přišla do kontaktu s mnoha lidmi. Oslovila jsem určitý počet obyvatel daného regionu, Nového Města na Moravě, v podobě ankety. Pro její následné vyhodnocení, ve kterém jsem zjišťovala aktuální nabídku fitness služeb v tomto městě. Zjistila jsem, že tento region je velice sportovně založený. Z průzkumu vyplynulo, že lidé často cvičí a myslí si, že mají dobrou kondici. Tento fakt je značně ovlivněn pořádáním vrcholných akcí, v podobě například Mistrovství světa v biatlonu. Většina oslovených byli studenti, kteří mají ke sportu obzvlášť blízko. Studují na zdejším sportovním gymnáziu. Zajímala mě i starší populace a jejich pohled na sportovní aktivity. Můj postřeh z pěší stezky byl velice pozitivní, kde se senioři aktivně procházeli s holemi.

Při analýze konkurence jsem převážně komunikovala se zaměstnanci fitness center. Téměř u všech těchto konkurentů mě překvapila otevírací doba. Nemají otevřeno v dopoledních hodinách, čehož využije naše fitness pro zmíněné programy pro školy, matky s dětmi a seniory. Dále za nevyhovující pokládám malé prostory pro cvičení a ve většině případů jsou posilovny určeny pouze ženám s malým základem vybavení posilovacích strojů. Myslím si, že ve dvou případech jak u hotelu, tak u výroby lyží není fitness stěžejním výdělkem, tudíž ani nevěkládají velké finance do propagace ve formě reklamy.

Informace o nákladech na stavební úpravy jsem získala od Ing. Jana Kršky, vybavení jednotlivých místností (posilovny a sálů) jsem konzultovala s Ing. Janem Bulvou, který ve fitness prostředí působí již několik let. Způsob financování projektu byl konzultován s podnikatelskou poradkyní Komerční banky Irenou Holkovou. Veškeré možné podklady jsem získala prostřednictvím těchto schůzek a získala tak přesné částky potřebných nákladů na projekt.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem bylo sestavit projekt pro realizaci fitness centra na základě anketního šetření tak, aby odpovídal aktuálním podmínkám zvoleného regionu. V tomto segmentu trhu není ve vzdálenosti 15 km konkurence s podobnými službami, které naše fitness centrum nabízí, tudíž si myslím, že mu ani z jiných hledisek nehrozí finanční krize a projekt by měl být realizovatelný. Vlastníkovi by se investované peníze měly nejen vrátit, ale měl by také dlouhodobě dosahovat zisku.

Cíl práce byl splněn – sestavili jsme požadovaný projekt a získali odpověď na stanovenou výzkumnou otázku:

Jak lze zkvalitnit nabídku sportovních služeb v Novém Městě na Moravě?

Vzhledem ke struktuře poptávky mladých lidí pro využití nabídky sportovních služeb v Novém Městě na Moravě je vhodné nabídnout realizaci projektu – výstavba fitness centra jako možnost širší nabídky v tomto odvětví. Je to řešení zejména pro mladé lidi, protože pro člověka je důležitý pohyb, aktivní způsob života, což se následně projeví na zdravotním stavu člověka. Fitness centrum StyleFit, s.r.o. má díky všeobecnému trendu aktivního využívání volného času, komplexní nabídce služeb a nižší konkurenci v okolí šanci se uchytit na trhu.

Aby se naše fitness centrum vžilo do podvědomí zákazníků, musí obsahovat přidané hodnoty oproti konkurenčním podnikům. Mezi tyto hodnoty řadíme zlevněné vstupné pro studenty a seniory, dále nabízíme různé lekce cvičení a následné slevy při koupi permanentek. V dopoledních hodinách nabízíme kurzy pro maminky s dětmi, také jsou vypsány lekce pro seniory. Hlavní náplní dopoledního programu bylo oslovení zdejších středních škol. Nabídli jsme jim pronájem celého komplexu za přijatelnou cenu. Odpolední program náleží především pracujícím, kteří si mohou vybrat z velké škály vypsanych lekcí či samotné posilovny. Zároveň také turisté, kteří do Nového Města na Moravě míří za sportovními akcemi, mohou zvýšit větší klientelu z hlediska využití volného času.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Literární seznam

- ČÁSLAVOVÁ, E., 2009. *Management a marketing sportu*. 1. vydání, Praha: Olympia. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
- FOTR, J. a I., SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vydání, Praha: Grada. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- GRASSEOVÁ, M. a kol., 2010. *Analýza podniku v rukou manažera*. 1. vydání, Brno: Computer Press. 325 s. ISBN 978-80-251-2621-9.
- HENDL, J., 2008. *Kvalitativní výzkum – základní teorie, metody a aplikace*. 2. aktualizované vydání, Praha: Portál. 408 s. ISBN 978-80-7367-485-4.
- HOBZA, V., J. REKTOŘÍK a kol., 2006. *Základy ekonomie sportu*. 1. vydání, Praha: Ekopress. 192 s. ISBN 80-86929-04-3.
- KORÁB, V., J., PETERKA a M., REŽŇÁKOVÁ. 2007. *Podnikatelský plán*. 1. vydání, Brno: Computer Press. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- SRPOVÁ, J., V., ŘEHOŘ a kol., 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vydání, Praha: Grada. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- STACKEOVÁ, D., 2008. *Fitness programy Teorie a praxe: Metodika cvičení ve fitness centrech*. 2. doplněné a přepracované vydání, Praha: Galén. 210s. ISBN 978-80-7262-541-3.
- SYNEK, M., E., KISLINGEROVÁ a kol., 2010. *Podniková ekonomika*. 5. přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck. 498 s. ISBN 978-80-7400-336-3.
- VEBER, J., J., SRPOVÁ a kol., 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualizované a doplněné vydání, Praha: Grada. 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- WUPPERFELD, U., 2003. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vydání, Praha: Management Press. 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

### Dokumenty

Zákon č.513/1991 Sb., obchodní zákoník ze dne 1. ledna 2012.

## Internetové zdroje

Sportentime. *Sporten: Ski a snowboard production* [online]. 2013 [cit. 2014-03-10].

Dostupné z: <http://www.isporten.cz/sportentime>

Ceník služeb. *BAZI fitness* [online]. 2011 [cit. 2014-03-10]. Dostupné z:

<http://www.bazi-fitness.cz/cenik-sluzeb/>

Wellness centrum a fitness. *Hotel Ski* [online]. 2014 [cit. 2014-03-10]. Dostupné z:

<http://www.hotelski.cz/index.php?nid=7789&lid=cs&oid=1570756>

Statistiky. *Český statistický úřad* [online]. 2012 [cit. 2014-02-27]. Dostupné z:

<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statistiky>

Právo - Formy podnikání - Společnost s ručením omezeným. *Business center.cz* [online]. © 1998 - 2014 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z:

<http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/zalozeni.aspx>

Začínám podnikat. *IPodnikatel.cz: portál pro začínající podnikatele* [online]. © 2011 - 2014 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-obchodni-spolecnosti/zalozeni-sro-po-1-1-2014-vime-jak-na-to.html>

Zákony - Obchodní korporace - Hlava IV.: Společnost s ručením omezeným. *Business center.cz* [online]. © 1998 - 2014 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z:

<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcanzak/cast8h7.aspx>

Založení fitness centra. *Česká komora fitness* [online]. 2012 [cit. 2014-03-27].

Dostupné z: <http://ceskakomorafitness.cz/poradenstvi-ckf/zalozeni-fitnesscentra/>

Reklamní plochy. *Novoměstsko kulturní zařízení* [online]. 2011 [cit. 2014-04-12].

Dostupné z: <http://nkz.nmm.cz/reklamni-plochy-na-sloupech/>

Všechny výrobky. *Ikea* [online]. 2012 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z:

[www.ikea.com/cz/cs/catalog/allproducts/](http://www.ikea.com/cz/cs/catalog/allproducts/)

Počítače. *Alza.cz* [online]. © 2000-2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z:

<http://www.alza.cz/pocitace/f18852653.htm>

Malé spotřebiče. *Alza.cz* [online]. © 2000-2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z:

<http://www.alza.cz/domaci-elektro/f18850352.htm>

Šatní skřínky. *B2Bpartner* [online]. 2012 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z:

<http://www.b2bpartner.cz/satni-skrinky-z.aspx>

Shop BOSU Fitness. *BOSU* [online]. 2013 [cit. 2014-04-24]. Dostupné z:

<http://www.bosufitness.cz/>

E-shop. *TRX závěsný systém* [online]. 2014 [cit. 2014-04-24]. Dostupné z:  
<http://www.trxsystem.cz/>

Vybavení posilovny. *Fitsport* [online]. 2013 [cit. 2014-04-29]. Dostupné z:  
<http://www.fitsport.cz/vybaveni-posilovny/>

## SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Zahajovací rozvaha .....	24
Tabulka č. 2: Ceník nabízených služeb Sportentime .....	38
Tabulka č. 3: Otevírací doba Sportentime .....	38
Tabulka č. 4: Ceník nabízených služeb v Hotelu Ski.....	39
Tabulka č. 5: Otevírací doba v Hotelu Ski .....	39
Tabulka č. 6: Ceník služeb v Bazi fitness.....	40
Tabulka č. 7: Náklady na založení společnosti .....	43
Tabulka č. 8: Celkové náklady na reklamu .....	45
Tabulka č. 9: Stavební úpravy .....	46
Tabulka č. 10: Vybavení recepce .....	47
Tabulka č. 11: Vybavení šaten.....	47
Tabulka č. 12: Vybavení posilovny.....	49
Tabulka č. 13: Vybavení kardio zóny .....	49
Tabulka č. 14: Vybavení sálu 1 .....	50
Tabulka č. 15: Vybavení sálu 2.....	50
Tabulka č. 16: Vybavení úklidové místnosti .....	51
Tabulka č. 17: Zřizovací náklady.....	51
Tabulka č. 18: Provozní doba .....	52
Tabulka č. 19: Ceník do posilovny.....	53
Tabulka č. 20: Ceník lekcí .....	53
Tabulka č. 21: Rozvrh lekcí.....	56
Tabulka č. 22: Kapacita lekcí.....	57
Tabulka č. 23: Měsíční náklady na mzdy .....	60
Tabulka č. 24: Měsíční náklady .....	63
Tabulka č. 25: Předpokládané měsíční příjmy při maximální kapacitě .....	64
Tabulka č. 26: Návratnost investice .....	65

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: SWOT analýza.....	27
Obrázek č. 2: Jak jste na tom fyzicky? .....	30
Obrázek č. 3: Kolikrát týdně cvičíte? .....	30
Obrázek č. 4: Jste spokojeni s nabídkou fitness ve vašem okolí? .....	31
Obrázek č. 5: Uvítali byste v NMNM nové fitness? .....	32
Obrázek č. 6: Jaké byste chtěli zaměření? .....	32
Obrázek č. 7: Co z této nabídky upřednostňujete? .....	33
Obrázek č. 8: Požadujete sportovní výživu? .....	34
Obrázek č. 9: Organizační struktura.....	57



## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Anketa

Příloha č. 2: Logo fitness centra

**Příloha č. 1: Anketa**

Management v tělesné kultuře, 3. ročník  
Vypracovala: Kateřina Sádovská

VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ  
Fakulta podnikatelská

**Anketa k bakalářské práci  
Založení fitness v Novém Městě na Moravě**

☐ Muž                      Věk .....

☐ Žena

**1. Jak jste na tom fyzicky?**

- a) Nemám kondici
- b) Dobrá kondice
- c) Výborná kondice

**2. Kolikrát týdně cvičíte?**

- a) Vůbec
- b) 1x týdně
- c) 2-3x týdně
- d) Vícekrát

**3. Jste spokojeni s nabídkou fitness ve vašem okolí?**

- a) Ano
- b) Ne

**4. Uvítali byste v Novém Městě na Moravě nové fitness?**

- a) Ano, pouze pro ženy
- b) Ano, pouze pro muže
- c) Kombinované
- d) Nevyžaduji fitness

**5. Jaké byste chtěli zaměření?**

- a) Kardio (spalování tuků)
- b) Posilování celého těla
- c) Kombinace

**6. Co z této nabídky upřednostňujete?**

- a) Posilovací stroje ( + TRX)
- b) Kruhový trénink
- c) Pomalé cvičení s trenérem (jóga, pilates, bosa)
- d) Rychlé cvičení s trenérem (stepaerobic)

**7. Požadujete sportovní výživu?**

- a) Ano
- b) Ne

Příloha č. 2: Logo fitness centra

